

МЕТОДЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПОКУПАТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ В ЦЕЛЯХ ФОРМИРОВАНИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

Светличная Алина Дмитриевна,
магистрант,
e-mail: alyasv6004@mail.ru,
Московский университет им. С.Ю. Витте, г. Москва

В статье поднимается вопрос создания соответствующей оценочной методике покупателей организации в целях формирования кредитной политики. В настоящее время широкое распространение получила практика предоставления торгового кредита с целью привлечения покупателей, увеличения объемов продаж. К нежелательным для организации-дебитора последствиям – замедлению платежного оборота, росту дебиторской задолженности – может привести отсутствие четких стимулов контрагентов для исполнения договорных обязательств. Поэтому важным моментом в данном случае считается выбор и формирование кредитной политики. В статье основное внимание уделяется одной из основ формирования эффективной кредитной политики – оценке покупателей. Далее дается краткая характеристика применяемых методов оценки платежеспособности организации. В результате установлено, что существующие методы не предоставляют возможности комплексной оценки потенциальных покупателей. Однако каждое предприятие в первую очередь заинтересовано в платежеспособности, ответственности покупателей, в их умении быстро и эффективно устранять возникшие трудности, поэтому в данной статье предлагается применение метода комплексной оценки покупателей организации на основе рейтинговой оценки и разработанной шкалы балльных оценок выбранных критериев. В методике используется оценка кредитной политики, показателей финансовой устойчивости предприятия, в итоговом значении рекомендуется учесть качественные показатели. Для ускорения и удобства оценки платежеспособности организации предлагается использование автоматизированной технологии с применением компьютерной программы. В статье даются рекомендации по дальнейшему совершенствованию методов оценки покупателей. Предлагается дальнейшее исследование и разработка нормативных значений и диапазонов отклонения финансовых показателей с учетом специфики отрасли, а также рекомендуется формализовать качественные показатели оценки и разработать методику их дальнейшего применения.

Ключевые слова: кредитная политика, кредитный рейтинг, платежеспособность, кредитоспособность, коммерческий кредит

METHODS AND CRITERIA FOR ASSESSING THE ORGANIZATION'S BUYERS IN PURPOSES OF FORMING A CREDIT POLICY

Svetlichnaya A.D.,
master student,
e-mail: alyasv6004@mail.ru,
Moscow University Witte, Moscow

The article raises the issue of creating an appropriate valuation methodology for the organization's buyers in order to formulate a credit policy. Nowadays, the practice of granting trade credit has become widespread in order to attract buyers and increase sales. The undesirable consequences for the organization of the debtor – a slowdown in payment turnover, an increase in accounts receivable, can be caused by the lack of clear incentives for counterparties to fulfill contractual obligations. Therefore, an important point in this case is the choice and formation of credit policy. The article focuses on one of the foundations for the formation of an effective credit policy – the assessment of buyers. The following is a brief description of the methods used for assessing the

organization's solvency. As a result, it was found that the existing methods do not provide an opportunity for a comprehensive assessment of potential buyers. However, each enterprise is primarily interested in the solvency, responsibility of buyers, in their ability to quickly and efficiently eliminate the difficulties that have arisen, therefore, this article proposes the application of the method of comprehensive assessment of the organization's buyers based on the rating assessment and the developed scale of points for the selected criteria. The methodology uses the assessment of credit policy, indicators of the financial stability of the enterprise, in the final value it is recommended to take into account the qualitative indicators. For the acceleration and convenience of assessing the solvency of the organization, it is proposed to use automated technology using a computer program. The article provides recommendations for further improvement of customer assessment methods. Further research and development of normative values and ranges of deviation of financial indicators, taking into account the specifics of the industry, is proposed. It is also recommended to formalize the qualitative assessment indicators and develop a methodology for their further application.

Keywords: credit policy, credit rating, solvency, creditworthiness, commercial credit

DOI 10.21777/2587-554X-2021-2-34-41

Введение

В настоящее время широкое распространение получила практика увеличения отгрузки продукции или товара с отсрочкой платежа. Это приводит к увеличению риска несвоевременной оплаты или невозврату долгов и соответственно росту просроченных обязательств предприятий-дебиторов.

Однако высокая конкуренция, необходимость привлечения покупателей, а также увеличение объемов продаж требует расширения рынков сбыта путем предоставления коммерческих (товарных) кредитов.

Важным моментом в данном случае считается выбор и формирование кредитной политики организации, которая является комплексом мероприятий по определению объемов продаж в кредит и решением главных вопросов: каким контрагентам можно предоставить товарный кредит и в каком объеме, а каким – отказать; на какой срок и на каких условиях предоставляется кредит; а также каков порядок инкассации дебиторской задолженности.

Если организации идут на предоставление торгового кредита, то отсутствие мотивации и заинтересованности покупателей в исполнении договорных обязательств могут привести к замедлению платежного оборота, росту дебиторской задолженности, снижению финансовой устойчивости кредитора. Это вызывает необходимость формирования кредитной политики на предприятиях и в организациях с целью управления дебиторской задолженностью и создания соответствующей оценочной методики организаций-дебиторов.

Необходимо отметить, что разработка кредитной политики в большинстве случаев на многих предприятиях является интуитивной. Отсутствие четких формул и определений приводит к решению «кредитных вопросов» на практике, в основном, методом «научного тыка». Крайне редко на предприятиях идет речь о кредитных статусах и стандартах оценки покупателей.

Многие ученые-экономисты считают актуальной проблему роста просроченной дебиторской задолженности и методов формирования эффективной кредитной политики. Решение данного вопроса с помощью существующих моделей и методик в отечественной практике пока малоэффективно.

Кроме того, недостаточно используются методы контроля дебиторской задолженности, отсутствует положение по формированию кредитной политики, предлагаемые методики не дают комплексной оценки организациям-дебиторам. Методы оценки платежеспособности и кредитоспособности не нашли достаточного отражения в научных трудах и литературе.

Значимость указанных проблем вызывает острую необходимость продолжения дальнейшего исследования и разработки методов и способов формирования кредитной политики, в том числе методов и критериев оценки платежеспособности покупателей с целью выявления риска невозврата долгов, что и определяет актуальность данной статьи.

Целью и задачей исследования является характеристика методов и критериев оценки покупателей в целях формирования кредитной политики, выявление присущих им недостатков, влияние на достоверность полученных результатов и предложения по дальнейшему совершенствованию методики.

Кредитная политика базируется на формировании кредитного рейтинга покупателей и на основании этого определяются стандарты коммерческого кредитования. Кредитный рейтинг покупателей организации зависит от уровня риска невозврата долгов и может определяться на основании оценки кредитной истории дебитора [4].

Характеристика применяемых методов оценки платежеспособности потенциальных дебиторов

Метод оценки кредитной истории покупателя является наиболее распространенным инструментом для оценки потенциальных дебиторов. При оценке кредитной истории покупателя используются следующие критерии:

- период существования предприятия-дебитора;
- срок работы с покупателем;
- объем продаж за период (месяц);
- объем просроченной дебиторской задолженности или количество дней просрочки (платежная дисциплина);
- неформальная оценка значимости клиента работающим с ним менеджером или конкурентов и т.д.

По этому методу рейтинг покупателя определяется с помощью балльной оценки по каждому из выбранных параметров и критериев. На основании рассчитанных взвешенных оценок покупателя ранжируются по группам или классам, проводится сравнительный анализ, дающий возможность выявить контрагентов, которые менее всего подвержены риску невозврата долгов, и определить преимущества при выборе вариантов кредитования.

Некоторые предприятия для оценки платежеспособности организации-дебитора применяют коэффициентный метод исследования, который основан на нормативном методе прогнозирования платежеспособности контрагента. Эта методика использует сравнение рассчитанного значения коэффициента с нормативным или диапазоном нормативных значений. Для определения числового значения кредитного рейтинга покупателя используется балльная система. При этом наиболее предпочтительному значению выбранных критериев присваивается наивысший балл. Сводный рейтинг покупателя выводится с учетом коэффициента значимости по каждому параметру.

По результатам рейтинговой оценки покупателя ранжируются по группам, как и при использовании метода оценки кредитной истории. Каждая организация обычно самостоятельно выбирает перечень показателей и критериев для оценки платежеспособности покупателей на основании имеющейся информации по организациям-дебиторам.

Разные авторы предлагают свой перечень рекомендуемых к расчету и анализу коэффициентов. Например, кандидат экономических наук И.Ю. Жданов [3] предлагает использовать показатели:

- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент быстрой ликвидности;
- коэффициент абсолютной ликвидности;
- коэффициент утраты и восстановления платежеспособности.

Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ¹ была определена официальная система критериев оценки платежеспособности предприятий:

- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент обеспеченности собственными средствами;
- коэффициент утраты и восстановления платежеспособности.

Некоторые авторы предлагают рассчитывать коэффициент оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности.

¹ Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331 (дата обращения: 20.04.2021).

Предлагаемая М.Л. Яшиной и М.Н. Нейф [9] экономико-математическая модель экспресс-анализа платежеспособности предприятий позволяет учесть специфику производства и в минимальные сроки установить класс кредитоспособности дебитора. Данная методика основана на двух коэффициентах, срочной ликвидности и финансовой независимости.

В качестве дополнительного инструмента оценки кредитоспособности организации-дебитора некоторые предприятия применяют модели прогнозирования банкротства, которые разработаны на основе множественного дискриминантного анализа (МДА). При этом методе рассчитывается дискриминантная функция Z , которая учитывает финансовые коэффициенты и удельный вес этих коэффициентов [5].

Большое применение в зарубежных фирмах нашли модели Э. Альтмана [6] и У. Бивера [1]. Российские ученые разработали свои регрессионные формулы МДА-моделей.

Одной из первых МДА-моделей была модель А.Ю. Беликова (формула 1) [2], которая построена на выборке торговых предприятий и имеет вид:

$$Z = 8,38 \cdot K1 + 1 \cdot K2 + 0,05 \cdot K3 + 0,63 \cdot K4, \quad (1)$$

где $K1$ = оборотный капитал/активы;

$K2$ = чистая прибыль/собственный капитал;

$K3$ = выручка/активы;

$K4$ = чистая прибыль/себестоимость.

Коэффициенты $K1$ и $K3$ рассчитаны по аналогии зарубежных моделей; коэффициенты $K2$ и $K4$ не применялись зарубежными авторами.

Приоритетное значение в формуле отведено коэффициенту $K1$, так как у него стоит наибольший удельный вес – 8,38. В зависимости от значения Z предлагаются диапазоны рисков и проценты вероятности банкротства предприятия. Высокая прогностическая способность оценки состояния предприятия является основным преимуществом данного метода.

Анализ применяемых методов и критериев оценки организаций-дебиторов выявил ряд проблем.

Многие авторы отождествляют кредитоспособность предприятия с платежеспособностью. Это, вероятно, послужило причиной использования множества показателей для оценки дебиторов.

Важной проблемой является установление нормативных значений коэффициентов и их предельных отклонений. В зависимости от используемого литературного источника они имеют разную величину.

Например, для текущей ликвидности нормальным считается значение 2 и более. Это значение наиболее часто используется в российских нормативных актах. В мировой практике считается нормальным значение от 1,5 до 2,5 – в зависимости от специфики отрасли или предприятия. На основании Методологических рекомендаций по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организации Госкомитетом России 28.11.2002 года² утверждены следующие нормативные значения коэффициентов:

$$K_{т.л.} \geq 2; K_{б.л.} \geq 1; K_{абс.л.} \geq 0,2; K_{о.с.с.} \geq 0,1; K_{фин.нез.} \geq 0,5.$$

Авторы Е.Ю. Петрова и Е.В. Филатова [8] на основании проведенного анализа утверждают, что нормативные значения коэффициентов платежеспособности являются усредненными и не учитывают специфики экономической деятельности предприятия. Поэтому были проведены дополнительные исследования с использованием методики построения бинарного дерева и предложены обновленные нормативные показатели, которые дают возможность получить наиболее точные результаты и выводы.

Например, для предприятий торговли значение показателей собственного капитала и основных фондов низкое, поэтому уточненный нормативный коэффициент текущей ликвидности ($K_{т.л.}$) больше 1. Для оптовой торговли предлагаются следующие уточненные нормативные коэффициенты: $K_{абс.л.} > 0,005$; $K_{б.л.} > 1,025$; $K_{о.с.с.} > 0,035$; $K_{фин.нез.} > 0,009$. Для других секторов экономики коэффициент финансовой независимости будет равен:

$$K_{ф.н.} > 0,05.$$

² «Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций» (утв. Госкомстатом России 28.11.2002) [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142116 (дата обращения: 12.03.2021).

Кроме того, установлено, что не существует единых методов и подходов оценки организаций-дебиторов в целях формирования кредитной политики.

Недостатки существующих методов оценки покупателей организации обуславливают необходимость дальнейшего развития теоретических основ и методологической базы, а также разработки научно обоснованных рекомендаций в данном направлении и более широкого освещения в литературных источниках. Существует потребность в обобщении российского и мирового опыта в решении поставленных задач.

Установлено, что применяемые методы не дают комплексной оценки платежеспособности покупателей организации.

Некоторые методики не учитывают влияние «качественных» факторов при оценке покупателей, что позволяет сделать вывод о платежеспособности организации лишь отчасти. Недостатками применяемых методов является «замкнутость» на количественных показателях, произвольность их выбора, ошибки результатов при недостоверности исходных данных и т.д.

Для комплексной оценки покупателей следует применять методику на основе количественной оценки финансового состояния, оценки критериев кредитной истории и с учетом анализа качественных факторов с целью формирования эффективной кредитной политики [7].

При этом необходимо определить перечень финансовых показателей и значение или диапазон их нормативных отклонений с учетом специфики предприятий для дальнейшего использования при оценке платежеспособности и более точного определения рисков по предоставлению товарных кредитов. Далее необходимо уточнить перечень критериев для оценки кредитной истории.

Качественный анализ использует информацию, которая не может быть выражена в количественных показателях. Для проведения такого анализа рекомендуется использовать сведения из информационных источников, сведения, представленные дебитором, отделами безопасности. При этом оцениваются риски отраслевые, акционерные, управленческие, конъюнктура рынка и т.п. К простейшим качественным параметрам можно отнести: место расположения организации, график работы, ассортимент продукции (товара), цена и т.д. Методология оценки качественных факторов не формализована, поэтому возникает трудность в ее применении.

Метод комплексной оценки покупателей организации в целях формирования кредитной политики

В рамках комплексной оценки покупателей организации предлагается рейтинговый метод оценки платежеспособности дебиторов с использованием интегральной балльной оценки. Методика состоит из следующих этапов:

1-й этап:

- а) определение перечня организаций-дебиторов для рейтинговой оценки;
- б) выбор и расчет критериев оценки кредитной истории. Предлагаются следующие критерии: период существования организации-дебитора, срок работы с покупателем, объем продаж за период (месяц), объем просроченной дебиторской задолженности (в % от объема продаж);
- в) выбор и расчет показателей для оценки финансового состояния дебитора.

Предлагаются следующие коэффициенты: Коэффициент текущей и быстрой ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности.

Для более точного определения рейтинговой оценки необходимо рассчитать показатели за несколько отчетных периодов и затем найти их среднее значение.

2-й этап. Формирование таблиц.

Определение балльных оценок кредитной истории (таблица 1) и показателей (коэффициентов) финансового состояния дебитора (таблица 2) в соответствии с разработанной шкалой 100-балльной системы.

Таблица 1 – Шкала баллов для оценки критериев кредитной истории дебитора

Показатель		Баллы				Уд. вес
		10	30	60	100	
Оценка кредитной истории	Срок работы с покупателем, года	менее 1 года	1–2 года	2–3 года	более 3 лет	0,20
	Период существования организации дебиторов, года	менее 2 лет	2–3 года	3–4 года	более 5 лет	0,15
	Платежная дисциплина (объем просроч. ДЗ, %)	больше 25	от 15 до 25	от 5 до 15	менее 5	0,35
	Среднемесячный объем продаж, тыс. руб.	менее 300	от 300 до 600	от 600 до 950	более 1000	0,30

Источник: составлено автором.

Таблица 2 – Шкала баллов для оценки показателей финансового состояния дебитора

Показатель		Баллы				Уд. вес	
		10	30	60	100		
Оценка финансового состояния	Коэффициент текущей ликвидности	менее 1	1,1–1,5	1,6–1,9	более 2	0,4	0,6
	Коэффициент быстрой ликвидности	менее 0,4	0,4–0,6	0,7–0,8	более 1		0,4
	Коэффициент обеспеченности собственными средствами	менее 0,2	0,2–0,3	0,3–0,4	более 0,5	0,35	
	Оборачиваемость дебиторской задолженности, дни	более 60	от 45 до 60	от 30 до 45	менее 30	0,25	0,5
	Оборачиваемость кредиторской задолженности	более 60	от 45 до 60	от 30 до 45	менее 30		0,5

Источник: составлено автором.

3-й этап. Определение интегральной балльной оценки.

Интегральная балльная оценка определяется как средневзвешенная сумма оценок критериев кредитной истории и оценок коэффициентов финансового состояния с учетом удельных весов, которые установлены в зависимости от значимости показателей в общей системе оценки (таблицы 1 и 2). Сумма всех удельных весов группы (подгруппы) показателей равна 1. При этом следует учесть, что удельный вес кредитной истории равен 0,4, а показателей финансового состояния – 0,6.

4-й этап. Определение рейтинга дебитора.

На основании рассчитанной интегральной балльной оценки на 3-м этапе определяется рейтинг покупателя (таблица 3). Рейтинговая оценка определяет уровень риска предприятия при продаже товаров с отсрочкой платежа.

Таблица 3 – Соотношение рейтинга дебитора с балльной оценкой и соответствующим уровнем кредитного риска

Рейтинг дебитора	Балльная оценка	Уровень риска
A	80–100	Минимальный уровень риска
B	от 50 до 79	Низкий уровень риска
C	от 30 до 49	Высокий уровень риска
D	менее 30	Максимальный уровень риска

Источник: составлено автором.

На основании рейтинга и уровня кредитного риска покупатели ранжируются по группам или классам.

- 1-я группа – дебиторы-лидеры;
- 2-я группа – дебиторы с надежной позицией;
- 3-я группа – дебиторы со слабой позицией;
- 4-я группа – ненадежные дебиторы.

Далее составляется характеристика дебиторов по группам и определяются соответствующие условия кредитования.

Для получения информационного материала рекомендуются следующие источники.

В России одним из открытых источников о кредитоспособности предприятий является «СПАРК – мониторинг платежей» – одна из первых в стране систем проверки контрагентов с целью оценки риска просрочки платежей.

В основе системы лежит информация об оплате компаниями выставленных счетов. Кроме того, рассчитывается индекс платежной дисциплины по каждой компании. Система основана на взаимном партнерском бесплатном предоставлении информации.

Необходимые сведения о финансовом состоянии организации, о платежной дисциплине, о судебных исках и т.п. можно получить из онлайн-сервисов, например:

- сервис gmcgks.Ru позволяет получить данные бухгалтерского баланса;
- сайт вестника государственной регистрации: <http://www.vestnik-gosreg.ru> – сведения о банкротстве, о ликвидации и реорганизации;
- сайт Росправосудия: <https://rospravosudie.com> – можно узнать о судебных решениях.

Чем больше первичной информации известно кредитору, тем точнее можно определить платежеспособность контрагента.

Для того чтобы ускорить и облегчить процесс оценки платежеспособности дебитора, предлагается предусмотреть использование автоматизированных технологий.

Для этого потребуется разработка компьютерной программы. Задачами проектируемой базы данных будут:

- выбор методики оценки дебитора;
- формирование необходимых данных для расчета коэффициента платежеспособности;
- расчет выбранных коэффициентов для оценки;
- сравнение расчетных коэффициентов с нормативными и присвоение баллов;
- расчет суммы баллов с учетом коэффициентов значимости по каждому критерию;
- определение уровня риска и класса платежеспособности и его краткая характеристика.

Заключение

Таким образом, внедрение предложенной в статье методики комплексной оценки покупателей организации даст возможность повысить надежность информации и ее сохранность; снизить затраты времени на выборку необходимых данных; исключить ошибки при вычислении коэффициентов.

Методика комплексной оценки покупателей организации направлена на формирование кредитной политики с минимальным риском возникновения безнадежных долгов и является довольно простой для использования.

Как бы ни была эффективна методика оценки и отбора покупателей, не исключаются возможные отклонения от срока поступлений денежных средств от продаж, поэтому предприятия должны постоянно контролировать платежную дисциплину покупателей и регулярно пересматривать кредитные рейтинги своих дебиторов.

Кроме того, как отмечалось в статье, нормативные значения коэффициентов для оценки платежеспособности являются усредненными и не учитывают специфики отрасли или предприятия, поэтому необходимы дальнейшие исследования и разработки в этом направлении.

Для того чтобы использовать качественные факторы при комплексной оценке покупателей с большей пользой, необходимо их формализовать и разработать методологию их дальнейшего применения.

Список литературы

1. Бамадио Б., Лебедев К.А. Определение рисков в методике Бивера для оценки финансового состояния предприятия с помощью моделей математической оптимизации // Научный журнал КубГАУ. – 2015. – № 105. – С. 426–435.
2. Беликов А.Д. Диагностика риска банкротства предприятий: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – Иркутск, 1997. – 201 с.

3. *Жданов И.Ю.* Коэффициенты платежеспособности предприятия [Электронный ресурс] // Финансово-инвестиционный блог Жданова Василия и Жданова Ивана. 2017, 2018. – URL: <https://www.finzz.ru> (дата обращения: 25.04.2021).
4. *Заров К.Г.* Оценка экономического эффекта от предоставления коммерческого кредита новому покупателю // Финансовый менеджмент. – 2012. – № 2. – С. 3–12.
5. *Исаченко М.Б.* Управление дебиторской задолженностью и разработка кредитной политики компании // Успехи современного естествознания. Экономические науки. – 2014. – № 12. – С. 123–126.
6. *Львова Н.А.* Финансовая диагностика российских предприятий с применением модели Альтмана для развитых и формирующихся рынков // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. – № 7 (241). – С. 37–45.
7. *Малафеева М.В., Стулова О.Е.* Методика комплексной оценки покупателей-дебиторов // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 8. – С. 31–35.
8. *Петрова Е.Ю., Филатова Е.В.* Актуальность коэффициентного метода оценки финансовой устойчивости // Вестник НГИЭИ. – 2015. – № 1 (44). – С. 65–68.
9. *Яшина М.Л., Нейф Н.М.* Экспресс-моделирование кредитоспособности сельскохозяйственных организаций // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. – № 47 (281). – С. 39–49.

References

1. *Bamadio B., Lebedev K.A.* Opredelenie riskov v metodike Bivera dlya ocenki finansovogo sostoyaniya predpriyatiya s pomoshch'yu modelej matematicheskoy optimizacii // Nauchnyj zhurnal KubGAU. – 2015. – № 105. – S. 426–435.
2. *Belikov A.D.* Diagnostika riska bankrotstva predpriyatij: dis. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05. – Irkutsk, 1997. – 201 с.
3. *Zhdanov I.Yu.* Koeffitsienty platezhеспособности predpriyatiya [Elektronnyj resurs] // Finansovo-investitsionnyj blog Zhdanova Vasiliya i Zhdanova Ivana. 2017, 2018. – URL: <https://www.finzz.ru> (data obrashcheniya: 25.04.2021).
4. *Zarov K.G.* Ocenka ekonomicheskogo effekta ot predostavleniya kommercheskogo kredita novomu pokupatelyu // Finansovyy menedzhment. – 2012. – № 2. – S. 3–12.
5. *Isachenko M.B.* Upravlenie debitorskoj zadolzhennost'yu i razrabotka kreditnoj politiki kompanii // Uspekhi sovremennogo estestvoznaniya. Ekonomicheskie nauki. – 2014. – № 12. – S. 123–126.
6. *L'vova N.A.* Finansovaya diagnostika rossijskih predpriyatij s primeneniem modeli Al'tmana dlya razvityh i formiruyushchihsya rynkov // Finansovaya analitika: problemy i resheniya. – 2015. – № 7 (241). – S. 37–45.
7. *Malafeeva M.V., Stulova O.E.* Metodika kompleksnoj ocenki pokupatelej-debitorov // Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika. – 2009. – № 8. – S. 31–35.
8. *Petrova E.Yu., Filatova E.V.* Aktual'nost' koeffitsientnogo metoda ocenki finansovoj ustojchivosti // Vestnik NGIEI. – 2015. – № 1 (44). – S. 65–68.
9. *Yashina M.L., Nejf N.M.* Ekspress-modelirovanie kreditosposobnosti sel'skohozyajstvennyh organizacij // Finansovaya analitika: problemy i resheniya. – 2015. – № 47 (281). – S. 39–49.