

М. В. Тарасюк,
к. е. н., докторант, Київський національний торговельно-економічний університет

МОНІТОРИНГ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА В КОНТРОЛІНГУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ

У статті обгрунтовано підхід до збору інформації про стан зовнішнього середовища для цілей контролінгу в управлінні торговельними мережами, визначено сутність та основні завдання моніторингу зовнішніх факторів, сформовано перелік основних його інструментів, а також обгрунтовано механізм створення та функціонування системи моніторингу.

In the article approach is grounded to collection of state information external environment for the aims of controlling in a management the networks of auctions, certainly essence and basic tasks to monitoring of external factors, the list of his basic instruments is formed, and also the mechanism of creation and functioning of the monitoring system is grounded.

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ

Зовнішнє середовище має значний вплив на результати господарської діяльності торговельних мереж, саме тому зовнішні фактори є важливим об'єктом контролінгу, про стан яких контролери повинні отримувати інформацію з підсистеми збору інформації про стан зовнішнього середовища. Зовнішнє середовище як об'єкт контролінгу в управлінні торговельними мережами являє собою систему факторів, що прямо або опосередковано впливають на господарську діяльність суб'єкта мережевого торговельного підприємництва, формуються за межами його економічної системи під впливом сукупності господарюючих суб'єктів, економічних та соціальних процесів у суспільстві, природних умов, державних та міждержавних урядових та громадських структур тощо.

Фактори зовнішнього середовища не можна розглядати ізольовано, контролери повинні мати повну інформаційну картину про стан зовнішніх факторів, оскільки успіх господарювання торговельної мережі та контролінгової діяльності залежить від повноти знань про її оточення.

Для забезпечення своєчасного врахування та прогнозування впливу факторів зовнішнього середовища на економічну систему торговельних мереж необхідне оперативне отримання відповідної інформації. Завдання щодо своєчасного надання контролерам інформаційних даних про стан зовнішнього середовища покладається на відповідну підсистему системи інформаційного забезпечення контролінгу торговельних мереж шляхом здійснення моніторингу основних зовнішніх факторів.

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Окремі напрацювання з питань інформаційного забезпечення контролінгу в управлінні знайшли відображення в працях вітчизняних і російських науковців, зокрема: О.О. Ананькіної, Н.Г. Данілочкіної, О.М. Кармінського, О.А. Каверіної, І.І. Оленової, М.С. Пушкаря, В.П. Савчука, С.Г. Фалька, Н.П. Шульги та ін. Серед зарубіжних науковців особливо цікавим є роботи А. Дайле, Й. Вебера, Е. Майєра, Р. Манна, Д. Хана, П. Хорвата та ін.

Грунтовно розглянуті питання формування якісної інформації про стан зовнішнього середовища для управління, в тому числі і контролінгу, в роботах Д.В. Задихайло, О.Р. Кібенко, Г.В. Назарової, М.Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоури, Е.В. Сердюкової, Е.Н. Річхіна, В.В. Митрохіна та інших.

У досліджених наукових працях практично відсутній системний підхід до дослідження проблем формування якісної системи моніторингу зовнішнього середовища для цілей контролінгу суб'єкта мережевого торговельного бізнесу.

ЦІЛЬ РОБОТИ

Ціль роботи полягає в обгрунтуванні підходу до збору інформації про стан зовнішнього середовища для цілей контролінгу в управлінні торговельними мережами, визначенні сутності та основних завдань моніторингу зовнішніх факторів, формуванні переліку основних його інструментів, а також обгрунтуванні механізму створення та функціонування системи моніторингу.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Зовнішнє середовище вітчизняних торговельних мереж можна характеризувати, як складне динамічне, що вимагає врахування його особливостей в ході формування інформаційних даних про стан зовнішнього середовища суб'єктів мережевого торговельного підприємства.

У сучасних наукових працях наводяться два основні підходи до збору інформації із зовнішнього середовища [1]:

1) дані про зовнішнє середовище надходять постійно, без обмежень і одразу аналізуються;

2) дані про зовнішнє середовище знаходять по мірі необхідності й аналізуються відповідно до поставленої мети.

Виходячи із сучасного розуміння сутності контролінгу та його особливостей і завдань в управлінні торговельними мережами можна зробити висновок про те, що для його цілей доцільно використовувати перший підхід. Саме моніторинг основних інформаційних джерел може забезпечити повноту інформаційної картини про стан факторів зовнішнього середовища торговельної мережі.

А.М. Кармінський, С.Г. Фалько, А.А. Жевага та Н.Ю. Іванова [2] зазначають, що в умовах нестабільності макро- та мікроекономічних факторів найважливішим завданням контролінгу є оцінка ризику та підготовка варіантів управлінських рішень з управління такими ризиками. Основними причинами виникнення або підвищення рівня ризиків господарської діяльності суб'єктів мережевого торговельного бізнесу, пов'язаних із зовнішнім середовищем, можуть бути випадковість виникнення певних факторів, їх протидія, а також відсутність повної інформації.

Далі дослідники наводять перелік основних задач контролінгу зовнішнього середовища, до основних з яких можливо віднести наступні: проведення моніторингу стану зовнішнього середовища; збір та обробка планово-прогнозої інформації; оцінка контрольованих та неконтрольованих факторів (об'єктів та подій); прогнозування стану зовнішнього середовища; визначення сильних та слабких сторін підприємства; підготовка інформації для планування майбутньої поведінки в зовнішньому середовищі. Після аналізу ризиків контролери можуть запропонувати менеджменту суб'єкта господарювання певний стратегічний напрям діяльності.

В. Пономаренко [3] зазначає, що стратегічний моніторинг є одним з головних етапів стратегічного управління. Стратегічний моніторинг, на думку дослідника, це процес збору стратегічної інформації, її оцінка з погляду актуальності, достовірності та цінності й порівняння її характеристик з очікуваними значеннями. В. Пономаренко пропонує ототожнювати завдання стратегічного моніторингу із бізнес-розвідкою або конкурентною розвідкою. Таким чином, моніторинг пропонується розглядати виключно для вирішення проблем стратегічного управління суб'єктами господарювання.

Сучасні умови ведення господарської діяльності характеризуються нестабільністю зовнішнього середовища, що ставить нові завдання перед службою контролінгу підприємств, в тому числі суб'єктів мережевого

торговельного бізнесу. Ці завдання полягають у забезпеченні гнучкості та пристосовуваності торговельних мереж до зовнішніх факторів.

Диверсифікація господарської діяльності вітчизняних суб'єктів мережевого торговельного підприємства призводить до зростання складності зовнішнього середовища, тобто збільшення кількості факторів, які слід враховувати для забезпечення ефективного господарювання [4].

Крім того, стан зовнішнього середовища торговельної мережі можливо також визначити за допомогою наступних характеристик:

— взаємозв'язок факторів зовнішнього середовища — характеризує рівень сили, з якою зміна одного фактора впливає на інші;

— складність зовнішнього середовища — кількість та різноманітність факторів, на які менеджмент, власники та контролери торговельної мережі повинні реагувати, а також ступінь коливань кожного фактора;

— невизначеність зовнішнього середовища — визначає можливості менеджерів, власників та контролерів торговельної мережі вірно оцінювати ризики та додаткові можливості, викликані змінами параметрів функціонування оточуючого середовища.

Динамічність факторів та зростання складності зовнішнього середовища, в якому функціонують сучасні торговельні мережі, викликає необхідність врахування динаміки зовнішніх факторів не тільки в ході стратегічного контролінгу, що спрямований на підтримку стратегічного управління, але й в ході виконання завдань тактичного й оперативного контролінгу. Реалізація механізму стратегічного, тактичного та оперативного контролінгу з врахуванням факторів зовнішнього середовища забезпечить високу імовірність виконання цілей, що стоять перед торговельними мережами.

Таким чином, моніторинг зовнішнього середовища є одним із основних елементів механізму контролінгу в управлінні торговельними мережами, зокрема стратегічного, тактичного та оперативного його циклів.

Грунтовне визначення моніторингу поточної господарської діяльності наведено в роботі А.К. Семенова та В.І. Набокова [5], під яким пропонується розуміти механізм здійснення менеджерами постійного спостереження за найважливішими поточними результатами господарської діяльності та фінансового стану підприємства в умовах нестабільності кон'юнктури споживчого та фінансового ринків. Даний підхід є досить вдалим, але потребує певного уточнення. Так, А.В. Березкіна [6] зазначає, що моніторинг — це періодично повторюване дослідження, що дає об'єктивну інформацію про стан досліджуваного об'єкту. Таким чином, моніторинг повинен здійснюватися не постійно, а періодично, залежно від задач, що стоять перед службою контролінгу торговельної мережі та особливостей певних факторів зовнішнього середовища.

У. Блінова [7] зазначає, що моніторинг є одним з методів превентивного контролю, що потребує значного теоретико-методологічного осмислення. Отже, моніторинг зовнішнього середовища в концепції контролінгу повинен мати передусім превентивний характер та має спрямовуватися на виявлення слабких сигналів про зміни у зовнішньому середовищі торговельної мережі

з метою забезпечення адекватності господарської діяльності змінам стану зовнішніх факторів.

Автори низки довідкових видань [8, 9] наводять коротке, але найбільш функціонально наповнене визначення сутності моніторингу — спостереження, відстеження, аналіз та оцінка діяльності якого-небудь явища або об'єкту.

На тому, що моніторинг не повинен обмежуватися лише спостереженням за станом об'єкту дослідження наголошує Є.В. Сердюкова [10]. Використання моніторингу як ефективного інструменту управління передбачає не лише відстеження факторів зовнішнього середовища, але й аналізу, вивчення їх зміни під впливом різноманітних подій, а також прогнозування та оцінювання майбутнього стану об'єкту дослідження. Таким чином, основними етапами процесу моніторингу є спостереження, оцінка та прогноз, які й утворюють основний зміст моніторингу зовнішнього середовища.

На основі узагальнення роботи Е.М. Ричіхіної [11] можливо визначити такі характерні риси моніторингу зовнішнього середовища торговельної мережі: 1) являє собою тривалу та постійну у часі діяльність; 2) систематичне, з певною періодичністю, спостереження за основними факторами; 3) передбачає дослідження не окремих факторів, а їх системи; 4) забезпечує періодичне надання керівництву торговельної мережі звітів про стан та динаміку основних факторів зовнішнього середовища, можливі ризики та перспективи мережі, а також варіанти управлінських рішень; 5) здійснюється із застосуванням відповідних методів та інструментів; 6) передбачає проведення певних аналітичних процедур; 7) здійснюється із застосуванням сучасних інформаційних технологій та систем; 8) сформовані інформаційні дані повинні бути витребувані системою управління; 9) будується з дотриманням певних цілей та завдань.

Таким чином, моніторинг зовнішнього середовища в контролінгу торговельної мережі — це постійно функціонуюча система, що передбачає реалізацію процесу періодичного збору, відстеження, аналізу, оцінки та прогнозування впливу системи ключових факторів зовнішнього середовища на стратегічне, тактичне та оперативне управління суб'єктом мережевого торговельного підприємництва.

За результатами аналізу роботи В.В. Мітрохіна [12] можна виділити наступні завдання моніторингу зовнішнього середовища: збір та накопичення інформації, що відображає стан економічного розвитку країни; збір та накопичення інформації, що відображає основні показники діяльності досліджуваної галузі; аналіз та прогнозування показників стійкості галузі та оцінки системних ризиків характерних для неї; виявлення та оцінка ступеня впливу основних факторів, що визначають стійкість галузі; оцінка ефективності заходів впливу з боку підприємства на зовнішнє середовище.

Підсумовуючи викладене, основним завданням моніторингу зовнішнього середовища в контролінгу торговельних мереж є забезпечення високої швидкості реакції менеджменту суб'єкта мережевого торговельного підприємництва на зміну параметрів основних зовнішніх факторів, підвищення гнучкості мережі на основі регулярного відстеження таких змін.

Таким чином, ефективна система моніторингу зов-

нішнього середовища в контролінгу торговельної мережі дозволяє майже в реальному режимі часу аналізувати зміни та тенденції зміни параметрів основних зовнішніх факторів, оперативно виявляти ризики господарської діяльності та нові можливості для підвищення її ефективності, своєчасно готувати для менеджерів необхідні інформаційно-аналітичні матеріали та пропозиції щодо можливих варіантів управлінських рішень, що сприятиме підвищенню гнучкості та адаптативності управління.

Для вирішення завдань моніторингу зовнішнього середовища в контролінгу торговельних мереж дослідниками пропонується ряд інструментів [2], серед яких найпоширенішими є наступні:

- визначення дескрипторів — використовуються для короткого опису та розмежування сегментів зовнішнього середовища та характеризують найважливіші тенденції розвитку за змін зовнішніх факторів;

- аналіз факторів, подій та відхилень — аналітичні процедури, спрямовані на дослідження минулої фактичної інформації, на вивчення інформації, орієнтованої на минуле та майбутнє, а також на аналіз майбутньої інформації, проводяться як у формі виключно аналізу фактів, так і у формі причинно-наслідкового аналізу;

- функціонально-вартісний аналіз — об'єктом аналізу можуть виступати певні товари, товарні групи та торговельно-технологічні процеси, допомагає підвищити ефективність господарської діяльності, а саме: оптимізувати співвідношення витрат та результатів при реалізації певних процесів, здійснення яких необхідне для ведення бізнесу;

- бенчмаркінг — передбачає точний вимір та порівняння усіх операцій, технологічних процесів, методів організації торгівлі на найкращих підприємствах-конкурентах з метою підвищення господарської діяльності власної торговельної мережі;

- PIMS-аналіз — передбачає дослідження впливу ринкових стратегій на прибуток та проводиться для суб'єкта господарювання в цілому та для його окремих підрозділів на базі банку даних про більш ніж 2000 однорідних полів бізнесу;

- методи прогнозування — використання методів прогнозування стану зовнішнього середовища слугує основою для оцінки альтернатив поведінки торговельної мережі під впливом зовнішніх факторів. Такі методи передбачають використання математичних функцій, що ґрунтуються на оцінці значень за минулі періоди, їх можливо поділити на дві групи: однопараметричні та багатопараметричні методи;

- аналіз сильних та слабких сторін — передбачає оцінку сильних та слабких сторін на основі визначення критеріїв по всім найважливішим сферам відповідальності торговельної мережі;

- діагностика за слабкими сигналами — передбачає виявлення ранніх та неточних ознак (слабких сигналів), що свідчать про зародження кризових явищ у зовнішньому середовищі суб'єкта мережевого торговельного підприємництва, на основі чого служба контролінгу має можливість оперативно розробити варіанти управлінських рішень для запобігання розвитку кризи в економічній системі торговельної мережі;

- сценарії — за їх допомогою можливо розробля-

ти картини майбутнього стану зовнішнього середовища торговельної мережі, які відображають гіпотетичну послідовність подій, характеризують причинно-наслідкові зв'язки між ними, а також ключові параметри, що мають найважливіше значення для прийняття управлінських рішень;

— система раннього попередження — надає інформацію про потенційні небезпеки із зовнішнього середовища торговельної мережі, завдяки чому керівництво може приймати оперативні та адекватні реальній ситуації управлінські рішення, а також дозволяє менеджерам суб'єкта мережевого торговельного підприємства виявляти додаткові можливості.

Ефективність організації моніторингу зовнішнього середовища торговельної мережі в умовах контролінгу передбачає дотримання низки принципів. За результатами дослідження наукових праць [13] можливо визначити такі принципи ефективного моніторингу: науковість, безперервність, дієвість, оперативність та своєчасність, постійний розвиток інструментарію, економичність.

У роботі А.В. Кугушева [14] наведено ряд переваг, які надає моніторинг вищому керівництву підприємства. Узагальнюючи напрацювання дослідника та враховуючи особливості контролінгу в управлінні торговельними мережами, можна сформулювати наступний перелік переваг, які забезпечує керівництву та контролерам ефективно організований моніторинг:

- зменшення витрат часу на розробку та прийняття управлінських рішень;
- збільшення якості управлінських рішень;
- управлінські рішення мають упереджуючий характер;
- запобігання виникненню непередбачуваних ситуацій;
- вплив на розвиток існуючих видів торговельної та супроводжуваних видів діяльності, сприяння освоєнню нових видів діяльності та ринків;
- створення власної структурованої інформаційної бази;
- встановлення довгострокових залежностей між факторами зовнішнього середовища, що раніше не були виявлені.

Побудова системи моніторингу зовнішнього середовища в контролінгу торговельних мереж повинна передбачати реалізацію наступних етапів:

- розробка системи ключових індикаторів зовнішнього середовища, що характеризують стан та динаміку певних зовнішніх факторів, та які мають вплив відповідно на стратегічне, тактичне та оперативне управління суб'єктом мережевого торговельного підприємства;
- обґрунтування інструментів аналізу зовнішнього середовища з метою оцінки теперішніх та майбутніх ризиків і перспектив розвитку суб'єкта мережевого торговельного підприємства;
- обґрунтування розмірів відхилень фактичних параметрів стану зовнішнього середовища від очікуваних показників;
- визначення періодичності формування звітів у залежності від їх пріоритетності та впливу на результати стратегічного, тактичного та оперативного управління



Рис. 1. Основні етапи побудови системи моніторингу зовнішнього середовища в контролінгу торговельної мережі

торговельною мережею;

- розробка форм звітності, в яких повинна розкриватися інформація щодо встановлених відхилень, пояснення їх причин, виявлення загроз для діяльності торговельної мережі та можливих перспектив її розвитку, а також можливі варіанти управлінських рішень.

У графічному вигляді основні етапи побудови системи моніторингу зовнішнього середовища в контролінгу торговельної мережі наведено на рис. 1.

Моніторинг зовнішнього середовища проводиться в ході реалізації механізму контролінгу в управлінні торговельними мережами в межах стратегічного, тактичного та оперативного його циклів. Проведення ефективного моніторингу зовнішнього середовища торговельної мережі передбачає поступову реалізацію наступних етапів:

- збирання фактичних даних про стан зовнішнього середовища;
- проведення аналізу отриманої інформації;
- підготовка звітів з поясненням причин отриманих відхилень та пропозиціями щодо можливих управлінських рішень;
- коригування системи моніторингу, що здійснюється в разі неспроможності існуючої системи задовольнити інформаційні потреби контролерів.

У графічному вигляді основні етапи функціонування системи моніторингу зовнішнього середовища в контролінгу торговельної мережі наведено на рис. 2.

Ефективність моніторингу зовнішнього середовища



Рис. 2. Основні етапи функціонування системи моніторингу зовнішнього середовища в контролінгу торговельної мережі

в контролінгу торговельних мереж значною мірою залежить від повноти, достовірності, своєчасності та відповідності вирішуваним завданням його інформаційного забезпечення. Інформаційне забезпечення моніторингу зовнішнього середовища в контролінгу торговельних мереж являє собою сукупність різноманітних інформаційних ресурсів та способів їх організації, що необхідні для реалізації основних етапів та процедур моніторингу.

За результатами дослідження сучасних наукових праць [15], можна зробити висновок про те, що інформаційною базою системи моніторингу зовнішнього середовища в контролінгу торговельної мережі є: офіційні видання органів державної влади та місцевого самоврядування, зведена статистична звітність державних органів, результати макроекономічних досліджень, огляди кон'юнктури окремих ринків, аналітичні огляди, опубліковані в спеціалізованих економічних виданнях та періодичній пресі, презентації, симпозиуми, конференції, рекламні матеріали, наукові публікації, інформаційні дані про стан певних груп факторів зовнішнього середовища, що отримані підрозділами торговельної мережі, маркетингові звіти, результати вибіркового досліджень та спостережень служби контролінгу, інформаційні дані, розміщені в мережі Інтернет та інші ресурси, що містять інформацію про стан та динаміку параметрів основних факторів зовнішнього середовища суб'єкта мережевого торговельного підприємства.

За результатами проведеного моніторингу та аналізу ключових факторів зовнішнього середовища, служба контролінгу торговельної мережі, як зазначалося вище, розробляє пропозиції щодо можливих варіантів управлінських рішень. Такі управлінські рішення можуть відображати два основні підходи можливого ставлення менеджерів та власників суб'єкта мережевого торговельного підприємства до змін зовнішнього середовища: пасивний підхід (приспосовання господарської діяльності торговельної мережі до умов зовнішнього середовища) та активний підхід (вжиття заходів щодо підпорядкування зовнішнього середовища інтересам торговельної мережі або отримання максимальних вигод від сприятливих тенденцій зміни основних параметрів зовнішніх факторів).

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ НАУКОВИХ РОЗРОБОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Отже, найбільш ефективним підходом до формування інформації про стан зовнішнього середовища для цілей контролінгу в управлінні торговельними мережами є моніторинг як постійно функціонуюча система, що передбачає реалізацію процесу періодичного збору, відстеження, аналізу, оцінки та прогнозування впливу системи ключових факторів зовнішнього середовища на стратегічне, тактичне та оперативне управління суб'єктом мережевого торговельного підприємства.

Після обґрунтування змісту зовнішнього середовища торговельної мережі, а також механізму моніторингу параметрів ключових зовнішніх факторів можна переходити до дослідження особливостей формування інформаційних даних про внутрішнє середовище суб'єкта мережевого торговельного підприємства, що буде здійснено в наступних дослідженнях.

Література:

1. Задихайло Д.В. Корпоративне управління: навч. посіб. / Д.В. Задихайло, О.Р. Кібенко, Г.В. Назарова. — Х.: Еспада, 2003. — 688 с.
2. Контролінг: учебник / А.М. Карминский, С.Г. Фалько, А.А. Жевага, Н.Ю. Иванова; Под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 336 с.
3. Пономаренко В. Стратегічний моніторинг у комерційних банках / В. Пономаренко // Банківська справа. — 2000. — № 2. — С. 11—14.
4. Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. М.А. Маёрова, Э.В. Шустер, А.А. Быковский и др., под общ. ред. Л.И. Евенко. — М.: Дело, 2002. — 704 с.
5. Терминология менеджмента: словарь / [сост. А.К. Семенов, В.И. Набоков]. — М.: Издат.-киготорг. центр "Маркетинг", 2002. — 224 с.
6. Березкина А.В. Концептуальные основы мониторинга конкурентной среды / А.В. Березкина // Маркетинг. — 2005. — № 1(80). — С. 51—59.
7. Блинова У. Методологические основы мониторинга в системе антикризисного менеджмента / У. Блинова // Проблемы теории и практики управления. — 2007. — № 5. — С. 87—97.
8. Экономический и юридический словарь / авт. и сост. А.Н. Азрилиян и др.]. — М.: Ин-т нов. экон., 2004. — 1088 с.
9. Большой экономический словарь / авт. и сост. А.Н. Азрилиян и др.]. — 7-е изд., доп. — М.: Инт нов. Экон., 2008. — 1472 с.
10. Сердюкова Е.В. Проблемы формирования системы внешнего и внутреннего финансового мониторинга [Электронный ресурс] / Е.В. Сердюкова // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия "Экономика". — 2006. — № 4. — Режим доступа: <http://www.ncstu.ru>.
11. Рычихина Е.Н. Роль мониторинга в формировании перспективного плана социально-экономического развития муниципального образования [Электронный ресурс] / Э.Н. Рычихина // Региональная экономика и управление. — 2008. — № 1(13). — Режим доступа: <http://region.mcnip.ru>.
12. Митрохин В.В. Диагностика и мониторинг устойчивости банковской системы / В.В. Митрохин // Деньги и кредит. — 2005. — № 11. — С. 23—27.
13. Суденкова Н.В. Организация мониторинга состояния предприятия как обязательного элемента системы управления [Электронный ресурс] / Н.В. Суденкова. — Режим доступа: http://www.lomonosov_msu.ru.
14. Кугушев А.В. Методические подходы к мониторингу внешней среды в формировании стратегических направлений деятельности горно-металлургического предприятия [Электронный ресурс] / А.В. Кугушев // Исследовано в России. — 2005. — Режим доступа: <http://zhurnal.ape.relam.ru/articles/2005/215.pdf>.
15. Зименко М.І. Інформаційне забезпечення механізму управління організаційною стійкістю виробничо-господарських систем / М.І. Зименко // Університетські наукові записки. — 2006. — № 1(17). — С. 317—321.

Стаття надійшла до редакції 14.07.2009 р.