

Свїрїдова Олена Валерїївна,
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри
менеджменту зовнїшньоекономїчної діяльності
Схїдноукраїнського нацїонального унїверситету ім. В. Даля (м. Луганськ)

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОДІЄЮ ПРОДУЦЕНТА ТА РЕЦИПІЄНТІВ РИНКОВОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

У статті визначено сутність продуцента та реципієнтів привабливості, наведено їх склад. Ураховуючи зміст взаємодії продуцента та реципієнтів привабливості, обґрунтовано можливість та необхідність дотримання загальнонаукових та похідних принципів управління. Проведено дослідження сукупності принципів управління взаємодією продуцента та реципієнтів ринкової привабливості, які об'єднано у такі групи, як класичні принципи управління, загальні, структурні та похідні (специфічні) принципи. Головною метою встановленої системи принципів є сприяння зміцненню єдності управління і цілеспрямованості взаємодії продуцентів та реципієнтів привабливості.

Ключові слова: підприємство, привабливість, принцип, взаємодія, інтерес, управління.

Постановка проблеми. Наслідки світової економічної кризи, відкритість економіки до глобалізаційних викликів, підвищення вимог споживачів, жорстка конкурентна боротьба за ринки збуту й джерела ресурсів спонукають вітчизняні підприємства до пошуку ключових факторів забезпечення їх життєздатності, сталого розвитку та ринкової привабливості. Вирішальна роль у цьому процесі належить системі управління взаємодією підприємства із суб'єктами його внутрішнього та зовнішнього середовищ, яка визначає комплекс партнерських заходів активного впливу одних суб'єктів на інших, спрямований на створення балансу їх інтересів в умовах невизначеності та наявності протиріч. Дослідження концептуальних аспектів управління взаємодією підприємств на засадах партнерства та узгодженні інтересів здійснено в межах багатьох сучасних економічних теорій та концепцій: концепції маркетингу партнерських відносин, теорії економічної безпеки, трансакційних витрат, груп впливу тощо. Прихильники цих теорій, певною мірою, дійшли до єдиної думки щодо необхідності врахування інтересів та можливості впливу цілої низки суб'єктів внутрішнього та зовнішнього середовищ, взаємодія з якими складає зміст економічного, фінансового, виробничого, соціального життя підприємства: акціонерів, власників, персоналу, споживачів, конкурентів, постачальників, посередників, кредиторів, інформаційно-консалтингових установ, профспілок, державних органів, неурядових та надорганізацій тощо. Незважаючи на можливість прямо чи опосередковано впливати на діяльність підприємства, усі зазначені суб'єкти вступають у відносини з погляду на можливість реалізації власних інтересів, яка залежить від вираженої соціально-економічної політики підприємства щодо корпоративного іміджу підприємства, його інвестиційної та маркетингової привабливості, привабливості його працівників зокрема. Відповідно до цього зазначені групи інтересантів можуть бути визначені як реципієнти, а, власне, підприємство – продуцентом ринкової привабливості.

Багатоманітність інтересів суб'єктів і необхідність їх узгодження, існуючі суперечності та конфлікти, що потребують вирішення, об'єктивна потреба у забезпеченні порядку в процесі реалізації фінансово-господарської діяльності – усе це

разом з багатьма іншими факторами вимагає від продуцента привабливості та суб'єктів взаємодії встановлення і дотримання принципів управління взаємодією.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням аналізу та вдосконалення принципів та методів управління займалися багато вчених, а саме: Тейлор Ф.У. [8], Файоль А. [8], Воронкова А.Е. [3], Малиновський В.Я. [6], Машков О.А. [7] та ін. Запропоновані авторами підходи до систематизації принципів управління мають достатнє логічне обґрунтування та є базовими для подальших розробок.

Виділення невирішених раніше питань. Однак за відсутності комплексних досліджень щодо змісту ринкової привабливості підприємства та особливостей взаємодії її продуцента та реципієнтів виокремлення унікальних принципів управління їх взаємодією науковцями майже не проводилося.

Мета статті полягає у подальшому удосконаленні принципів управління за рахунок установа спеціфічних принципів управління взаємодією продуцента та реципієнтів ринкової привабливості.

Викладення основного матеріалу. Поняття «принцип» у теорії будь-якої науки є базовим, оскільки задає концептуальне бачення предмета науки. Принцип (лат. *principium* – начало, основа) – це твердження, яке сприймається як головне, важливе, істотне, неодмінне або принаймні бажане [13]. У процесі історичного становлення та еволюційного розвитку сфери управління як науки розширюється і спектр її принципів. Зокрема, А. Файоль стверджував, що кількість принципів управління, по суті, є необмеженою [8]. Дійсно, подальші дослідження, спрямовані на виявлення керівних правил, що відбивають зміст законів і закономірностей ефективного управління, настільки розширили кількість принципів, що сьогодні вони потребують систематизації відповідно до прикладних аспектів управлінської діяльності. При цьому управління взаємодією продуцента та реципієнтів ринкової привабливості також передбачає розроблення власної сукупності принципів.

Узагальнюючи думку вчених [7; 10; 11], під принципами управління, на наш погляд, доцільно розуміти основні правила, положення та норми поведінки, за якими діють суб'єкти управління за умов, що склалися в суспільстві. Принципи управління синтезують та відображають об'єктивність законів суспільної формації, характерні риси практики управління. У принципах управління знаходять свій вияв основні вимоги, що ставляться до побудови органів управління та методів здійснення функцій управління, доцільний характер взаємовідносин учасників управлінських відносин. Таким чином, принципи управління являють собою результат узагальнення людьми об'єктивно діючих законів та закономірностей, притаманних їм загальних рис, характерних фактів та ознак, які стають загальною підставою їх діяльності. Як слушно зазначає Машков О.А., науково-теоретичне узагальнення та напрацювання людьми принципів не означає, що вони мають суто суб'єктивний характер. На думку вченого, принципи управління – це керівні ідеї, основоположні засади, що відображають закономірності розвитку відносин управління [7, с. 120].

Принципи визначають вимоги до системи, структури, організації і процесу управління, напрями й межі прийняття рішень; вони можуть належати до різних систем управління. Характеризуючи той чи інший принцип, необхідно враховувати його взаємозв'язок з іншими принципами, залежність від них. Принципи взаємодіють між собою в межах цілісної системи, врівноважуючи чи посилюючи один одного, що дає змогу достатньою мірою розкрити свою природу, індивідуальність і регулювальні можливості. При цьому кожен принцип має структурно відведене йому місце, що дає підстави зробити висновок – повноцінне розкриття змісту і потенціалу будь-якого

принципу управління можливе лише в рамках і з урахуванням його системних залежностей. Ґрунтовний аналіз існуючих підходів до систематизації принципів управління різними об'єктами міститься у наукових працях багатьох вчених. Попри той факт, що як підстави для систематизації принципів управління науковці використовують різні ознаки управління («суспільно-політичні принципи, «культури управління» [11, с. 162-163], суспільно-політичні, структурні та принципи державно-управлінської діяльності [9, с. 27], наукові, правові, кадрові та організаційні засади» [4; с. 28-35; 153-157]) усі принципи можна умовно поділити на дві великі мегагрупи:

- принципи пізнавальної діяльності (які мають свої особливості, але загалом мало відрізняються від принципів пізнання в будь-якій іншій галузі);
- принципи здійснення практичної діяльності в управлінні (мають істотну відмінність від подібних груп принципів в інших сферах діяльності).

Взаємодія продуцента та реципієнтів привабливості є явищем, що, з одного боку, відтворює у собі культурні, професійні, інвестиційні та ділові риси суб'єктів взаємодії, іншими словами, соціально-економічну природу їх привабливості, а з іншого – визначає всі інші елементи взаємодії та системи її управління (мету, функції, структуру тощо). Ось чому управління взаємодією продуцента та реципієнтів привабливості являє собою систему, в якій всі елементи узгоджені, скоординовані, субординовані між собою за допомогою певних закономірностей, відносин і процесів, які, у свою чергу, визначаються типом і рівнем розвитку конкретного соціуму і держави. Ураховуючи зміст взаємодії продуцента та реципієнтів привабливості і ґрунтуючись на результатах численних наукових праць із систематизації принципів управління в межах зазначених мегагруп, принципи управління взаємодією продуцентів та реципієнтів привабливості варто розглядати як сукупність класичних принципів управління, загальних, структурних та специфічних принципів (рис. 1). Результати вивчення принципів управління та сутності управління взаємодією дозволили зробити висновок про наявність спільних рис між більшістю розглянутих принципів. Це на основі синтезу економічних і соціальних аспектів управління дало змогу шляхом узагальнення та пошуку однорідностей сформулювати основні принципи управління взаємодією продуцента та реципієнтів привабливості.

Принципи управління являють собою об'єктивні закономірності та відносини суспільно-політичної природи, що визначають зміст, структуру і життєдіяльність компонентів управління. Вони є науковими положеннями, закріпленими правом та застосовуються в теоретичній і практичній управлінській діяльності [7]. Такими науковими положеннями, які стали підґрунтям розвитку та становлення науки управління, є принципи класичних шкіл управління Тейлора Ф.У., Файоля А., Емерсона Г., Вебера М. Незважаючи на зміни суспільних та економічних відносин, удосконалення технології виробництва та появу нових засобів зв'язку й обробки інформації, принципи, задекларовані авторами класичних шкіл управління, є актуальними при встановленні змісту та структури привабливості продуцента. Оскільки вони визначають правила взаємодії основних економічних агентів: топ-менеджмента та працівників підприємства. Управління взаємодією продуцента та реципієнтів привабливості здійснюється в межах загальної стратегії підприємства і закономірностей, властивих усій системі управління підприємством. Тому наступною групою принципів управління взаємодією продуцента та реципієнтів привабливості є загальні принципи управління. На важливість ідентифікації загальних принципів при дослідженні різних об'єктів управління наголошує численна група вчених, зокрема Шемаєва Л., Атаманчук Г., Маліновський В., Воронкова А. та ін. [1; 3; 6; 15].

Урахування загальних принципів у контексті управління взаємодією дозволяє стверджувати про можливість використання методів, моделей та інструментів управління різними об'єктами за умови їх подальшої адаптації до специфіки управління взаємодією та привабливістю підприємства.

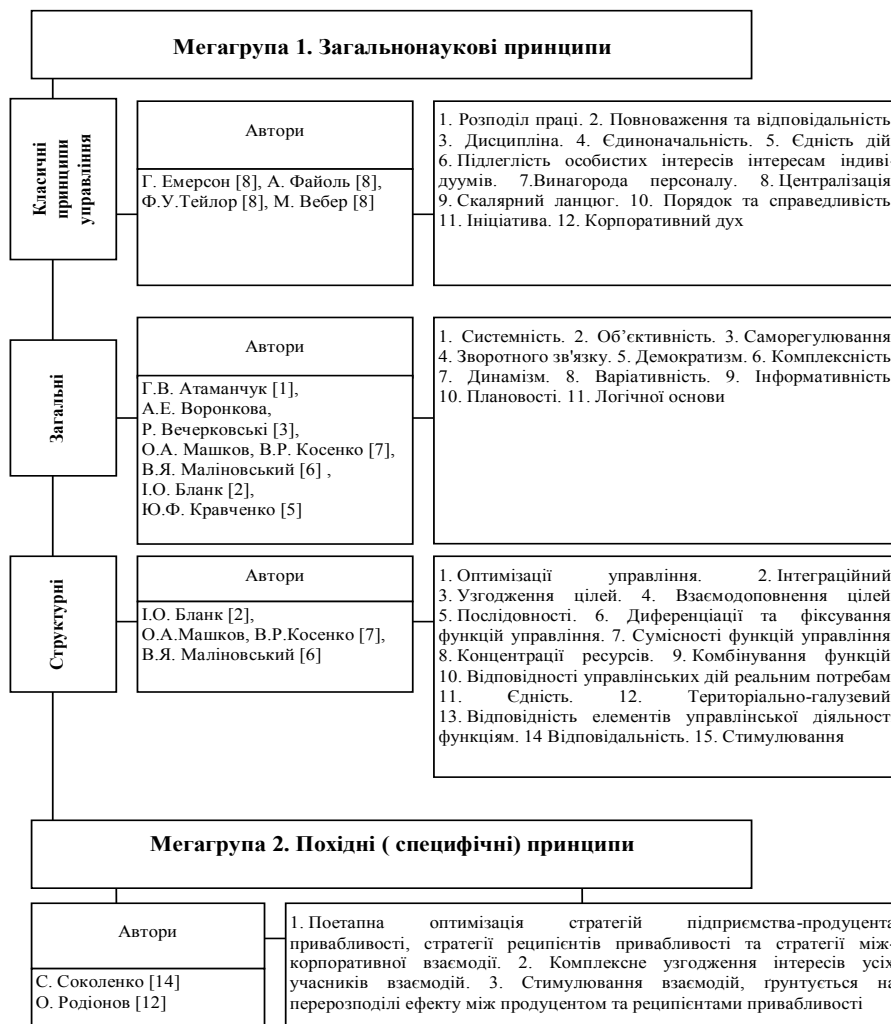


Рисунок 1 – Систематизація принципів управління взаємодією продуцента та реципієнтів привабливості, (складено автором)

Третя група принципів пов'язана з аналізом і науковою характеристикою закономірностей, відносин і взаємозв'язків, що визначають такі елементи управління взаємодією, як цілі, функції, структура, процес. Якщо суть управління взаємодією відображається у загальних принципах, які впливають на всі зазначені елементи цієї системи, то всередині кожного елемента повинні діяти свої специфічні закономірності,

відносини і взаємозв'язки. Вони утворюють групу структурних принципів, що впорядковують структуру елементів управління [1]. До структурних принципів відносять: структурно-цільові, що відображають закономірності раціональної побудови дерева цілей управління взаємодією; принципи побудови організаційних структур, які визначають закономірності та взаємозв'язки побудови організаційної структури управління взаємодією продуцентів та реципієнтів привабливості; структурно-функціональні, що пов'язані із організацією функціональної структури управління взаємодією. У різноманітних підсистемах управління взаємодією продуцентів та реципієнтів привабливості і, особливо, в різних аспектах спеціалізованої управлінської діяльності щодо формування привабливості підприємства існують свої специфічні закономірності, відносини і взаємозв'язки. Такі закономірності складають останню групу принципів управління взаємодією продуцентів та реципієнтів привабливості. Дослідження специфічних принципів управління взаємодією проведено в окремих працях [12; 14]. Втім, визначення базових фундацій управління взаємодією підприємства з точки зору необхідності формування обґрунтованої, вираженої стратегії управління власною привабливістю як бізнес-партнера є малодослідженим предметним полем. До специфічних принципів управління взаємодією продуцентів та реципієнтів привабливості, на наш погляд, належать такі принципи:

- комплексного узгодження інтересів усіх учасників взаємодій. Інтерес, поряд із такими соціально-економічними категоріями, як «вигода», «користь», є однією з рушійних сил установавання відносин взаємодії. Лише перспектива реалізації інтересів, виходячи з оцінювання власних можливостей підприємства, можливостей та загроз зовнішнього середовища, спонукає його до пошуку партнерів. Від прагнення потенційних партнерів узгоджувати власні інтереси до потреб підприємства залежать форма, характер, якість взаємодії;

- поетапної оптимізації стратегій підприємства-продуцента привабливості, стратегій реципієнтів привабливості та стратегій міжкорпоративної взаємодії. Усвідомлення підприємством можливості реалізації інтересів та віднесення їх у часі та просторі є елементами цілеутворення та планування на підприємстві. Відтак узгодження власних інтересів з інтересами партнерів щодо взаємодії заради встановлення довгострокових, надійних взаємовідносин потребує оптимізації стратегій. Параметрами оптимізації можуть бути обсяг реалізованої продукції (послуг), обсяг закупуваної продукції, кількість ресурсів підприємства тощо;

- стимулювання взаємодій, що ґрунтується на перерозподілі ефекту між продуцентом та реципієнтами привабливості. Відповіддю підприємства на численні конфлікт-фактори гіперконкурентного ринкового середовища є консолідація зусиль суб'єктів господарювання на підставі формування довгострокових взаємовідносин із клієнтами та іншими партнерами підприємства, спрямованих на залучення та використання всіх ресурсів (трудова, фінансових, технологічних тощо), із метою подальшого спільного отримання та розподілу вигоди від цієї діяльності між усіма учасниками взаємовідносин. У зв'язку із цим традиційні цілі підприємства (намагання отримати максимальний прибуток від кожної проведеної операції) змінюються на користь формування привабливості підприємства для всіх зацікавлених учасників ринкового середовища.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проблема формування ринкової привабливості підприємства у площині оцінювання потенціалу відносин взаємодії, гармонізації інтересів суб'єктів взаємодії є маловивченою сферою досліджень. Відтак, представлена в статті думка щодо специфічних принципів управління взаємодією продуцентів та реципієнтів привабливості є відкритою до

дискусій. Запропоновані принципи мають комплексний характер і охоплюють численні аспекти управління взаємодією підприємств. Варто зауважити, що специфічні принципи управління взаємодією продуцентів та реципієнтів привабливості не повинні суперечити класичним, загальним і структурним принципам, а, навпаки, повинні сприяти зміцненню єдності управління. Зазначена сукупність принципів має постійний та обов'язковий характер у системі цілеспрямованого управлінського впливу на зміст взаємодії продуцентів та реципієнтів привабливості та визначає її методи та форми. За необхідності збереження принципів управління взаємодією, її методи й форми змінюються залежно від умов середовища та рівня формування привабливості. Ураховуючи численний склад суб'єктів, рівнів взаємодії та багатоаспектність принципів управління взаємодією, варто припустити наявність значної кількості форм та методів взаємодії, які дозволяють сторонам реалізувати інтереси, підвищити власну привабливість. Це зумовлює необхідність подальшого дослідження форм та методів взаємодії продуцента та реципієнтів привабливості.

1. Атаманчук Г.В. Государственное управление: организационно-функциональные вопросы: учеб. пособие / Г.В. Атаманчук. – М. : ОАО НПО «Экономика», 2000. – 302 с.
2. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент / И.А. Бланк. – К. : МП «ИТЕМ лтд»; «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед», 1995. – 448 с.
3. Воронкова А.Е. Діагностика стану підприємства: теорія і практика : монографія / А.Е. Воронкова, Р.З. Вечерковські, Д.К. Воронков; за ред. А.Е. Воронкової. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 520 с.
4. Князев В.М. Державне управління: філософські, світоглядні та методологічні проблеми: монографія / В.М. Князев, І.Ф. Надольний, М.І. Мельник. – К. : Вид-во НАДУ; Міленіум, 2003. – 320 с.
5. Кравченко Ю.Ф. Теорія управління органами внутрішніх справ : підручник / Ю.Ф. Кравченко. – К. : Національна академія внутрішніх справ України, 1999. – 702 с.
6. Малиновський В.Я. Державне управління : навч. посіб. / В.Я. Малиновський. – К. : Атіка, 2003. – 576 с.
7. Машков О.А. Прийняття управлінських рішень в складних організаційних системах з погляду системного підходу (принципи організаційного управління) / О.А. Машков, В.Р. Косенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:1cr49Наxs-MJ:www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Mtit/2010_55/.
8. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. Л.И. Евенко. – М. : Дело, 2004. – 799 с.
9. Нижник Н.Р. Проблеми сьогодення державного управління в Україні / Н.Р. Нижник // Актуальні проблеми державного управління на новому етапі державотворення : матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю, присвяченої 10-річчю Академії, Київ, 31 трав. 2005 р. : у 2 т. / за заг. ред. В.І. Лугового, В.М. Князева. – К. : Вид-во НАДУ, 2005. – Т. 1. – С. 27.
10. Нижник Н.Р. Системний підхід в організації державного управління : навч. посіб. / Н.Р. Нижник, О.А. Машков. – К. : Вид-во УАДУ, 1998. – 159 с.
11. Реформування державного управління в Україні: проблеми і перспективи : моногр. / за ред. В.В. Цветкова. – К. : Оріяни, 1998. – 364 с.
12. Родіонов О.В. Ділова репутація підприємства: формування, діагностика, розвиток: монографія / О.В. Родіонов. – Луганськ : НОУЛІДЖ, 2009. – 407 с.
13. Сайт вільної енциклопедії «Вікіпедія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>.
14. Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: сети, альянсы, партнерства, кластеры / С.И. Соколенко. – К. : Колос, 2002. – 546 с.
15. Шемаєва Л.Г. Забезпечення економічної безпеки підприємства на основі управління стратегічною взаємодією із суб'єктами зовнішнього середовища / Л.Г. Шемаєва. – К. : НІПМБ, 2009. – 357 с.

Е.В. Свиридова, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Восточнoукраинского национального университета им. В. Даля (г. Луганск)

Принципы управления взаимодействием продуцента и реципиентов рыночной привлекательности

В статье определена сущность продуцента и реципиентов привлекательности, приведен их состав. Учитывая содержание взаимодействия продуцента и реципиентов привлекательности, обоснованы возможность и необходимость соблюдения общенаучных и производных принципов управления. Проведено исследование совокупности принципов управления взаимодействием продуцента и реципиентов рыночной привлекательности, которые объединены в такие группы, как классические принципы управления, общие, структурные и производные (специфические) принципы. Главной целью установленной системы принципов является содействие укреплению единства управления и целенаправленности взаимодействия продуцента и реципиентов рыночной привлекательности.

Ключевые слова: привлекательность, принцип, предприятие, взаимодействие, интерес, управление.

O.V. Sviridova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Business Management of Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk)

Management principles of the interaction between market attractiveness producer and its recipients

The aim of the article. The article is devoted to the definition of the content of interaction between attractiveness producer and its recipients through the prism of general and derived management principles. Actuality of this article is caused by the formation of long-term relationships between business subjects. The main aim of these relationships is attracting and using of resources to further joint production and benefits distribution from these activities. Formation of such long-term relationships in condition of high competitiveness is one of the urgent problems of modern enterprises. In this regard, the traditional management principles are supplemented by the principles of the interaction and attractiveness managing. The purpose of the article is further improving of management principles through the establishment of specific management principles of the interaction between market attractiveness producer and its recipients.

The results of the analysis. Management principles are the statements of fundamental truth based on logic which provides guidelines for managerial decision making and actions. The research of classic, general and structural management principles is conducted in the article. The possibility and necessity of ascertainment of the derivative management principles of interaction between subjects of market environment is noted. Derivative management principles reflect the content of the specialized management activity on forming of enterprise attractiveness. The analysis of existing management principles of different objects is conducted. It is established that as a basis for systematization of management principles scientists use different management features, such as socio-political principles, principles of management culture and state-administrative activity, socio-political, structural, scientific, legal, personnel and organizational basis.

Results of research of management principles and management interaction proved the similarities between the majorities of the considered principles. This fact gives an opportunity to formulate the basic management principles of interaction between attractiveness producer and its recipients. Such principles are proposed to subdivide into two large mega groups:

- principles of cognitive activity or general science, which have their own peculiarities, but generally not differ from the principles of knowledge in any other sphere of science;
- principles of the implementation of practical management activities. Principles that are essentially different from principles in other areas.

Conclusions and directions of further researches. Proposed principles are comprehensive and cover a lot of aspects of enterprises' management interaction. Specific management principles of interaction between attractiveness producer and its recipients should not contradict classical, general and structural principles, but on the contrary, they should contribute to the strengthening of management unity.

Keywords: attractiveness, principle, enterprise, interaction, interest, management.

1. Atamanchuk, H.V. (2000). *Hosudarstvennoe upravlenie: orhanizatsionno-funktsionalnye voprosy [Public administration: organizational and functional issues]*. Moscow: OAO NPO «Ekonomika» [in Russian].
2. Blank, I.A. (1995). *Investitsionnyi menedzhment [Investment management]*. Kyiv: MP «ITEM ltd», «Yunaited London Treid Limited» [in Ukrainian].
3. Voronkova, A.E., Vecherkovski, R.Z., Voronkov, D.K., Kaliuzhna, N.H., Koreniev, E.N., & Mazhura, I.V (2008). *Diahnostika stanu pidpriemstva: teoriia i praktika [Diagnostics of enterprise: theory and practice]*. Kharkov: INZhEK [in Ukrainian].
4. Kniازهv, V.M., Nadolnii, I.F., & Melnyk, M.I. (2003). *Derzhavne upravlinnia: filosofski, svihtohliadni ta metodolohichni problemy [Public administration: philosophical, ideological and methodological problems]*. Kyiv: Vyd-vo NADU; Milenium [in Ukrainian].
5. Kravchenko, Yu.F. (1999). *Teoriia upravlinnia orhanami vnutrishnih sprav [Theory of management of the internal affairs bodies]*. Kyiv: Natsionalna akademiya vnutrishnih sprav Ukrainy [in Ukrainian].
6. Malinovskii, V.Ya. (2003). *Derzhavne upravlinnia [Public administration]*. Kyiv: Atika [in Ukrainian].
7. Mashkov, O.A., & Kosenko, V.R. (2010). Prynittattia upravlinskih rishen v skladnyh orghanizatsiinyh systemah z pohliadu systemnoho pidhodu (pryntsypy orghanizatsiinoho upravlinnia) [Decision-making in complex organizational systems from the viewpoint of systemic approach (principles of organizational management)]. *nbu.gov.ua*. Retrieved from www.nbu.gov.ua/portal/natural/Mtit/2010_55/ [in Ukrainian].
8. Meskon, M. (2004). *Osnovy menedzhmenta. [Fundamentals of management]*. (L.I. Evenko, Trans). Moscow: Delo [in Russian].
9. Nizhnik, N. (2005). Problemy sohodennia derzhavnoho upravlinnia v Ukraini [Problems of modern public administration in Ukraine]. *Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia na novomu etapi derzhavotvorennia : materialy nauk.-prakt. konf. za mizhnar. uchastiu, prisviachenoi 10-richchiu Akademii – Actual problems of governance in the new stage of state: materials of the scientific and practical conf. with intern. participation, devoted the 10-th anniversary of the Academy*. (p.27). Kyiv: NADU [in Ukrainian].
10. Nizhnik, N.R., & Mashkov O.A. (1998). *Sistemnyi pidhid v orhanizatsii derzhavnoho upravlinnia [Systems approach to the organization of public administration]*. Kyiv: UADU [in Ukrainian].
11. Tsvetkov, V.V. (Eds.). (1998). *Reformuvannia derzhavnoho upravlinnia v Ukraini: problemy i perspektivy [Reform of the public administration in Ukraine: problems and prospects]*. Kyiv: Oriiany [in Ukrainian].
12. Rodionov, O.V. (2009). *Dilova reputatsiia pidpriemstva: formuvannia, diahnostyka, rozvytok [Goodwill of enterprise: formation, diagnosis, development]*. Luhansk: NOULIDZh, 2009 [in Ukrainian].
13. Sait vilnoi entsyklopedii «Wikipediia» [Site of the free encyclopedia «Wikipedia»]. <http://uk.wikipedia.org>. Retrieved from <http://uk.wikipedia.org/wiki/> [in Ukrainian].
14. Sokolenko, S.I. (2002). *Proizvodstvennye sistemy hlobalizatsii: seti, aliansy, partnerstva, klasteri [Production systems of globalization: networks, alliances, partnerships, clusters]*. Kyiv: Kolos [in Ukrainian].
15. Shemaeva, L.H. (2009). *Zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva na osnovi upravlinnia stratehichnoiu vzaemodieiu iz subektami zovnishnoho seredovischa [Providing of the economic security based on strategic cooperation management with business environment]*. Kyiv: NIPMB [in Ukrainian].

Отримано 04.06.2013 р.