Содержание

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1.ОСНОВНЫЕ ЗАКОНЫ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Понятия «зависимость», «закон», «закономерность»

1.2 Законы организации

ГЛАВА 2. ЗАКОН ИНФОРМАТИВНОСТИ–УПОРЯДОЧЕННОСТИ

2.1 Формулировка закона информированности-упорядоченности

2.2 Три варианта действия закона информированности-упорядоченности

2.3 Следствие из закона информированности-упорядоченности

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Список использованной литературы

# Введение

Любая организация функционирует на основе действия многих законов. Это многообразие законов, как и любая система, в составе выделяют 2 группы: I группа - основные (ведущие, основополагающие) законы; II группа – законы второго уровня (они в определённой степени выполняют второстепенную роль, т.е. их действия создают условия для всестороннего проявления основных законов).

Закон информативности-упорядоченности, рассмотренной в данной курсовой, относится к законам второго уровня. Конкретным объектом действия этого закона является информация. Информация выполняет осень важную роль в функционировании любой организации. Часто управляемые процессы называют информационными процессами, т.е. и организация и управление имеет дело с информацией, и в современных условиях информационные ресурсы – это товар высокой стоимости.

«Кто владеет информацией – тот владеет миром» - этот афоризм очень правильно соответствует хозяйственной деятельности организации. Та организация, которая обладает большим объёмом информации – имеет больше возможностей, и она владеет рынком (ситуацией на рынке).

Информационная среда управления подчиняется закону информированности-упорядоченности. Под **упорядоченностью** понимается гармоничное развитие всех элементов организации: системы управления, персонала, подразделений, экономики и т.д., а также наличие между элементами установленного взаимодействия (взаимовлияния) - коэффициентов пропорциональности.

Таким образом, видно, что закон информативности – упорядоченности имеет очень важное значение в организации работы предприятий, это и помогает в достаточной степени раскрыть всю суть этой работы.

**Глава 1. Основные законы организации**

##

## 1.1 Понятия «зависимость», «закон», «закономерность»

В любой организации имеются управляемые, частично управляемые и неуправляемые процессы. Каждый процесс включает 4 составляющие (показаны на Рисунке 1):

1. входное воздействие (вход) – поступающая информация, распоряжения вышестоящего руководителя, инициатива самого руководителя;
2. преобразование входного воздействия (функция 1) – обработка входного воздействия по известному или новому алгоритму;
3. выход – результат преобразования входного воздействия – управленческое решение или исполнительное действие самого руководителя;
4. влияние результата на входное воздействие (функция 2) – корректировка алгоритма обработки начального входного воздействия, либо изменение (усиление или ослабление) его воздействия.

**Вход Выход**

**Функция 1**

**Функция 2**

Рисунок 1. Составляющие процесса организации.

Функция 1 отражает зависимость результата от входного воздействия, функция 2 – зависимость корректировки на входное воздействие от результата (обратная связь). Функция 2 может либо усиливать входное воздействие с ростом значения результата (положительная обратная связь), либо ослаблять его с ростом значения результата (отрицательная обратная связь).

**Особенности вышеописанного процесса:**

* Запаздывание обратной связи;
* Наличие порога нечувствительности;
* Ограничения на переменные;
* Схождение на намеченный уровень или расхождение от него.

Между входным воздействием и выходным результатом имеется зависимость, которая может иметь различный вид: табличный, графический, формульный, словесный.

**Зависимость** – это связь между переменными входа и выхода, может включать в себя общее и индивидуальное для каждой организации. Виды зависимостей:

* объективные (формируются независимо от воли людей)
* субъективные (формируются людьми для реализации глобальных целей организации или страны);
* кратковременные (например, зависимость подбора кадров от личных качеств) и долговременные (например, зависимость зарплаты работника от его производительности);
* моральные (связаны с соблюдением установленных в общественной формации норма поведения, идеалов человека) и аморальные (связаны с обычаями и традициями, так или иначе нарушающими права человека).

Таким образом, все решения и поступки человека так или иначе подчиняются некоторым осознанным или неосознанным зависимостям.

 **Закон** – это зависимость, которая либо:

* зафиксирована в законодательных документах (конституции);
* является общепринятой нормой для большой группы людей и организаций;
* получила признание и поддержку авторитетных учёных.
* Объективные законы – законы организации, субъективные – законы для организации.

**Закономерность** является частью закона. Закономерность проектирования организации:

* выявление конкретной общественной потребности либо потребностей группы людей;
* исследование потребностей на устойчивость, объём, степень неудовлетворённости;
* формирование объекта управления (состав, профессиональны уровень, функциональные обязанности);
* создание субъекта управления (состав, профессиональны уровень, функциональные права и обязанности); в состав могут входить физические или юридические лица;
* проектирование организации.

Таким образом, закон имеет механизм действия и механизм использования. Механизм действия заключается в формировании зависимости выходных параметров от входных, а механизм использования – это набор правил и норм для реализующего механизм действия работника с указанием перечня его прав и ответственности.

**Механизм использования** – набор правил и норм для реализующего механизма действия работника с указанием перечня его прав и ответственности.

**Механизм действия** – формирование зависимости выходных параметров от входных; определение допустимой инерционности, запаздывания и порога реагирования.

Согласование законов действия и использования приводит к эффективной деятельности организации.**Значения законов:**

* образуют теоретический фундамент;
* способствуют переходу от эмпирического подхода к профессиональному;
* позволяют правильно оценить возникшую ситуацию;
* позволяют анализировать зарубежный опыт.

##

## 1.2 Законы организации

Законы организации имеют в своем составе общее и особенное. Общая часть закона имеет механизм действия независимо от географического расположения, страны, сферы деятельности организации, а особенное – это та часть закона, которая не меняет его сути и отражает особенности организации как социальной системы. (Например, общий уровень культуры и профессиональной подготовки).

Законы играют решающую роль в теории организации, в том числе образуют теоретический фундамент, способствуют переходу от эмпирического подхода к профессиональному, позволяют правильно оценить возникающую ситуацию и анализировать зарубежный опыт. Законы организации по важности делятся на 2 уровня(Показано на Рисунке 2):

* Законы первого уровня – основополагающие (законы синергии, самосохранения, развития);
* Законы второго уровня – менее важные, потому что они в определённой степени выполняют второстепенную роль, т.е. их действия создают условия для всестороннего проявления основных законов (синергии, самосохранения) (информативности-упорядоченности, единства синтеза и анализа, композиции и пропорциональности, специфические законы социальной организации).

Законы организации

|  |  |
| --- | --- |
| Первого уровня | Второго уровня |
| Закон синергии- в любой организации возможен как прирост энергии, так и снижение общего энергетического ресурса по сравнению с простой суммой энергетических возможностей входящих в нее элементов.Закон самосохранения- каждая материальная система (организация, коллектив, семья) стремится сохранить себя (выжить) и использует для достижения этого весь свой потенциал (ресурс).Закон развития - Каждая система (социальная или биологическая) стремится достичь наибольшего суммарного потенциала при прохождении всех этапов жизненного цикла. | Закон информативности – упорядоченности- каждая система (социальная или биологическая) стремится получить как можно больше достоверной, ценной и насыщенной информации о внутренней и внешней среде для устойчивого функционирования (самосохранения).Закон единства анализа и синтеза- Каждая система (биологическая или социальная) стремится настроиться на наиболее экономный режим функционирования за счет постоянного изменения своей структуры или выполняемых функций.Закон развития- Каждая материальная система стремится достичь наибольшего суммарного потенциала при прохождении всех этапов жизненного цикла.Закон композиции – пропорциональности- Каждая система (биологическая и социальная) стремится приобрести, создать или сохранить в своей структуре все необходимые ресурсы (композицию), находящиеся в заданной соотносительности или заданном подчинении (пропорции). |

закон действие информативность упорядоченность

# Глава 2. Закон информативности–упорядоченности

##

## 2.1 Формулировка закона информированности-упорядоченности

«Каждая система (социальная или биологическая) стремится получить как можно больше достоверной, ценной и насыщенной информации о внутренней и внешней среде для устойчивого функционирования (самосохранения)».

**Для успешной реализации закона руководители должны:**

* формировать для конкретного задания оптимальный набор требуемых характеристик информации;
* находить или создавать свои источники с требуемыми характеристиками информации;
* повышать квалификацию своих сотрудников;
* внедрять передовые информационные технологии.

Все коммуникации в организации основаны на получении, обработке, передаче и хранении данных. Данные – это сообщения, результаты мыслительной деятельности, сведения любого происхождения, вида и назначения. Управленческая информация – это данные, несущие в себе новизну и полезность для работника, принимающего решение. Информация здесь рассматривается как часть данных.

Следовательно, любой организации существует информационная среда управления, которая включает:

* собственно информацию;
* средства технического обеспечения — компьютеры, телефоны, факсы;
* применяемую технологию;
* организацию документооборота;
* персонал, занятый управлением информационной средой.

Главным элементом информационной среды управления является информация, а основной целью — обеспечение работников организации необходимой информацией в нужное время. При этом необходимо отделить ценную информацию от пустой, чтобы проанализировать текущее состояние объекта управления и выработать правильное решение.

Для того чтобы, информация оказала реальную пользу организации, она должна быть упорядочена:

* по содержанию: экономическая, производственная, правовая и т.д.
* по назначению: для одной цели, для нескольких целей, для одного человека, для нескольких людей и т.д.
* по характеру закрепления информации: фиксируемая, не фиксируемая, на бумажных носителях, на электронных носителях;
* по времени: оперативная, текущая.

Грамотное управление информационной средой включает управление слухами, иначе повышается риск появления дезинформации, угрожающей целостности организации как системы. Организация должна стремиться к воспитанию у работников лояльности, а также, по возможности, информировать работников об интересующих их вопросах в средствах внутреннего вещания, информационных бюллетенях и т.д. Можно последовать примеру японских компаний, в которых существует должность информатора по бытовым и общефирменным вопросам. Любой работник может получить у информатора ответы на интересующие вопросы, например, почему его коллега не вышел на работу, сколько детей в семье руководителя компании и т.п.

Выделяют следующие **характеристики информации**: объем, достоверность, ценность, насыщенность и открытость .[5, с191]

**Объем информации** рассматривается с двух сторон: как объем символьной и воспринимаемой информации.

**Объем символьной информации** — это количество букв, знаков или символов; он обычно выражается в символах или байтах.

**Объем воспринимаемой информации** характеризует полноту информации о каком-либо объекте управления для принятия обоснованного решения. Он зависит от таких факторов как символьный объем, форма представления (текст, графика, формулы, звук), временной интервал на обработку и сложность информации, текущее состояние объекта управления (актуальность, изменение состояния объекта).

**Объем воспринимаемой информации имеет три уровня:**

* информационная избыточность — повышает качество решения, но увеличивает время на принятие решения и повышает стоимость информации. Может применяться для принятия важных решений;
* субминимальный уровень является индивидуальным для конкретного человека и отражает тот объем информации, при котором данный человек еще может принять обоснованное решение;
* недостаток информации (информационный голод) препятствует принятию правильного решения и увеличивает вероятность провала для организации.

**Достоверность информации** — это отношение реальных сведений к общему объему информации в процентах. Достоверность также имеет три уровня: абсолютный (100%); доверительный (более 80%); негативный (менее 80%).

Достоверность зависит от следующих факторов:

* организация документооборота. Чем меньше людей в нем участвуют, тем выше будет достоверность информации;
* время прохождения информации. Достоверная, но поздно поступившая информация может стать ложной (курсы акций на бирже).

Достоверность можно повысить путем обработки большего объема информации с применением эффективных методик или алгоритмов (обрабатывая информацию с доверительным и даже с негативным уровнем достоверности).

**Ценность** характеризует информацию как товар, имеющий потребительскую стоимость, и выражается в снижении затрат на принятие правильного решения. Ценность информации может быть рассмотрена на четырех уровнях:

* нулевой — информация, которая повторяет уже известные характеристики объекта управления или представляет ненужные для принятия решения характеристики;
* средний (сокращение уровня затрат или повышение прибыли более чем на 10%) — ее создают специалисты, работающие добросовестно, но без особого интереса;
* высокий (сокращение уровня затрат более чем в 2 раза) — имитационные модели, дающие руководителю возможность оценить последствия при различных вариантах решения;
* сверхвысокий (сокращение уровня затрат более чем в 10 раз) - связана с маркетинговыми исследованиями и инновациями; может иметь криминальный источник.

**Насыщенность информации** - соотношение полезной и пустой (фоновой) информации. Фоновая информация позволяет лучше воспринимать полезную (профессиональную) информацию, так как улучшает настроение, поднимает эмоциональный уровень, заранее настраивает на нужный лад. Без фоновой полезная информация звучит или выглядит «сухо» и воспринимается с трудом, но не стоит использовать слишком большой объем фоновой информации иначе полезная информация будет частично или полностью пропущена. В связи с общим увеличением объемов поступающей отовсюду информации организации стремятся к повышению насыщенности информации. Насыщенность имеет следующие уровни: высокий (80-100%); нормативный (50—80%); низкий (менее 50%).

**Открытость информации** — возможность предоставления ее различным контингентам людей. В зависимости от открытости выделяются три вида информации:

* секретная информация (государственная тайна) связана с интересами всего общества и государства, поэтому имеет наибольшие ограничения на использование (информация об организации обороны страны). Такая информация может быть особой важности, совершенно секретной, секретной и т.п.;
* конфиденциальная информация (для служебного пользования) может отражать интересы общества или группы людей. Ее использование также ограничено. Как правило, конфиденциальная информация является высокоценной (повышение эффективности в несколько раз) или содержит сведения о потенциале организации (методы изучения рынка, список деловых партнеров, метод ценообразования, способ производства);
* публичная (открытая) информация также отражает интересы общества и людей, но в отличие от остальных видов ее использование не ограничено.

Уровни развития составляющих информационной среды управления должны взаимно соответствовать. При большом несогласовании составляющих информационной среды управления друг другу информационный процесс становится неэффективным (эффект отрицательной синергии).

Основная задача информационной среды управления - доведение до конкретного работника нужной информации в нужное время.

Обобщающим показателем конечной информации как ресурса является эффективность ее использования.

Каждый уровень характеристики информации имеет стоимостный эквивалент, поэтому расчет эффективности может производиться сравнением вариантов используемых уровней характеристик информации.

Информатизация управления вносит коррективы в существующие формы управленческого труда и расширяет их состав. Она способствует усилению позитивного действия законов и принципов управления, в первую очередь законов, свойственных управлению в целом. К таким законам относятся: закон единства систем управления, закон соотносительности управляющей и управляемой систем, закон пропорциональности производства и управления, закон экономии времени, закон экономии интеллектуальной энергии, закон перехода от административных к организационным методам управления.

Информационная среда, ввиду ее важности, является объектом управления, наряду с персоналом, финансами и т п.

Для того чтобы принимаемое руководителем решение было в полной мере обоснованным, используемая для этого информация должна быть высокой или средней ценности, абсолютно достоверной, средней насыщенности и сочетающей элементы открытости и конфиденциальности.

Информационная среда организации подчиняется действию закона информированности-упорядоченности. **Упорядоченность** — это гармоничное развитие всех элементов организации: системы управления, персонала, подразделений, экономики и т.п., а также наличие между элементами установленного взаимодействия (взаимовлияния) — коэффициентов пропорциональности.

##

## 2.2 Три варианта действия закона информированности - упорядоченности

Согласно **первому варианту** руководитель и подчиненные ничего не знают о законе информированности-упорядоченности. Персонал будет стремиться собрать как можно больше информации о конкурентах, рынках сбыта и др., не думая о ее упорядоченности и объеме. Этот процесс достаточно дорогой, кроме того, организация может получить ложную информацию и принять ее как руководство к действию. Результатом станут убытки.

Результат стихийного действия закона**.** На этот процесс может уйти много финансовых ресурсов, кроме того, компании могут подбросить ложную информацию, которая, несомненно, будет принята.

**Второй вариант:** руководитель знает о законе, а его подчиненные не знают. Наиболее неблагоприятный вариант для руководителя. Работники как и в первом варианте будут стремиться сообщить руководителю как можно больше сведений о конкурентах, рынках сбыта и др. Руководитель должен просмотреть всю информацию и выбрать все самое важное, при этом велика вероятность что-то пропустить. При наступлении неблагоприятных последствий подчиненные будут во всем винить руководителя.

**Третий вариант:** руководитель и подчиненные знают о законе информированности-упорядоченности. Как и во многих других случаях, результат действия закона при всеобщей информированности будет самым благоприятным. Все работники в рамках своих полномочий и ответственности собирают, обрабатывают информацию, делают выводы и сообщают об этом заинтересованному специалисту компании. При такой системе сбора данных и информации явно бесполезная информация и дезинформация, скорее всего, будет отсеяна и не пойдет на более высокие уровни организации.

##

## 2.3 Следствие из закона информированности-упорядоченности

Следствие 1. «Достижение максимальных значений всех характеристик информации приводит к дезинформации ».

Существует естественное максимальное стремление человека и компании приобрести больше информации абсолютно достоверное, сверхвысокой ценности, да и еще секретной. Это приводит к большим затратам финансовых средств, информационной избыточности, криминальным источникам, к перенасыщению информации цифрами, таблицами, графиками и т.д. В результате создаются проблемы обработки, хранения и оценки полученной информации.

Следствие 2. «Информированность работника после достижения ею критического уровня переходит в его компетентность». [5, с204]

Хорошо скоординированные каналы для продвижения информации в организации практически гарантируют поступление к работникам и работодателям необходимой им информации и снижение ее неопределенности. Таким образом, следование закону информированности-упорядоченности заставляет руководителей создавать источники информации, развивать их, обеспечивать коммуникации, повышать квалификацию работников, внедрять передовые информационные технологии.

Грамотное обращение с информацией позволяет организации расширить свои знания. Знания мы считаем высшим уровнем обработки данных: если **информация** — это обработанные данные, то **знания** — это обработанная информация.

Поэтому, руководитель должен создать работникам условия для получения информации.

Закон требует от руководителей создания и развития источников информации, организации повышения квалификации своих сотрудников, внедрения передовых информационных тех, в том числе автоматизированных рабочих мест.

Высокая степень происходящих во внешней среде требует ускорения обучения и усвоения знаний в большем объеме, как для индивидов, так и для организаций. Знания нужны организациям для развития ключевых компетенций, которые характеризовались бы длительным существованием и, одновременно, гибкостью. С точки зрения ресурсного подхода конкурентные преимущества организации определяются не только положением на рынке, но и состоянием дел в самой компании, а, точнее, обеспеченностью некоторой комбинацией критически важных ресурсов.

Ресурсы должны создавать ценность для покупателей, быть оригинальными по сравнению с конкурентами, трудно заменяемыми и трудно имитируемыми[5, с79]. Знания следует считать одним из наиболее ценных ресурсов современной компании, а трудность его имитации при соответствующей защите способствует повышению конкурентных преимуществ.

Организация должна стремиться к получению знаний не только о своей внешней среде, но и внутренней. «Внутренние» знания позволяют лучше понять, какие виды деятельности могут стать ключевыми компетенциями, следовательно, в чем заключается конкурентное преимущество компании.

Еще одно необходимое требование к процессу приобретения знаний организацией заключается в том, что их следует приобретать быстрее, чем конкуренты.

Получается, конкурентоспособная организация должна быть **«обучающейся»** (“learning” organization). Принимая во внимание взгляды ряда зарубежных исследователей, таких как Х. Виссема, А. Дж. ДиБелла и И.К. Невис (A.J. DiBella & E.C. Nevis), Б. Думейн (B. Dumaine) Хэнди и Ренеш (C. Handy & J. Renesch), можно сказать, что **обучающаяся организация** — это организация, которая создает условия для постоянного обучения и совершенствования мастерства всех своих работников, и в результате сама также находится в процессе постоянного самосовершенствования.

Наиболее известная концепция «обучающейся организации» П. Сенге основана на пяти основных дисциплинах или «умениях»: совершенствование личности, интеллектуальные модели, общее видение (миссия), групповое обучение и системное мышление.

В настоящее время на первое место выходит более продвинутая концепция — концепция «мыслящей» организации.

Дж. Г. Стоунхауз (G.H. Stonehouse) определяет **мыслящую организацию** (intelligent organization) как организацию, «которая обучается и управляет знаниями по-умному»[5, с22-23]. Преимущество мыслящей организации перед обучающейся заключается в процессе управления знаниями, их создании и преобразовании.

Мыслящая организация основана на способности мыслить и обучаться. Способность мыслить включает в себя сбор данных и информации, способность рассуждать, быстроту понимания. С точки зрения организации, способность к мышлению зависит от способности получать информацию, манипулировать ей, анализировать и делать выводы, рассуждать и учиться, а также генерировать новые знания. Способность мыслить и знания организации постоянно развиваются, причем скорость развития зависит от способности организации учиться. Обучение является длительным и непрерывным, а также активным и сознательным процессом. Сознательность данного процесса позволяет увеличивать его скорость. Организационное обучение и организационные знания основаны на индивидуальных знаниях, на что указывают японские исследователи А. Нонака и Г. Такеучи (I. Nonaka & H. Takeuchi), а также американские М. Кроссан, Г. Лейн и Р. Уайт (M. Crossan, H. Lane, R. White)[5, р6], которые анализировали взаимодействие индивидуального и коллективного обучения.

Индивидуальные знания могут быть явными и неявными (тайными).

Организационные знания появляются в тот момент, когда индивидуальные знания формализованы и хранятся в надлежащем формате. Такие знания уже распространяются внутри организации и, с ограничениями, во внешней среде.

**Организационные знания** — открытое для доступа всех сотрудников организации собрание принципов, фактов, навыков и правил, которые определяют принятие решений, поведение и процедуры в организации. При этом специфические знания, в отличие от знаний общего характера — наиболее вероятный источник конкурентных преимуществ и основа для построения ключевых компетенций. Такая характеристика как совместное использование знаний в организации имеет особое значение, так как в этом плане знания имеют существенное отличие от других активов компании: при их совместном использовании знания растут, причем, как правило, по экспоненте.

**Менеджмент знаний** включает в себя ряд связанных друг с другом процессов: генерирование знаний — как часть процессов индивидуального и организационного обучения; формализация знаний — развитие принципов, правил и процедур; хранение знаний, включая выбор подходящего технического средства хранения, которое позволяло бы совместное использование знаний; распространение знаний — совместное использование знаний внутри организации, а также ограничение распространения знаний за пределы организации; координация и контроль знаний — обеспечение согласованности и надлежащего использования знаний. Эффективность менеджмента знаний и процессов обучения в конкретной организации зависят от ее организационной структуры, культуры и инфраструктуры (сети коммуникаций). Менеджеры должны создать такое окружение, в котором знания бы создавались, хранились, распространялись, координировались, а также ценились в качестве источника ключевых компетенций. В мыслящей организации все перечисленные элементы поддерживают и поощряют развитие менеджмента знаний.

Время от времени знания устаревают и должны, по возможности плавно, заменяться новыми. Необходимость замены обусловлена изменением обстоятельств, например, потребностей покупателей, технологии. Устаревшие знания не должны определять принятие решений в новых условиях. В этой связи следует согласиться со швейцарским ученым К.Д. Экком в том, что все неудачи и осложнения оцениваются, прежде всего, как «помехи или результат ошибок, а не как повод или указание на необходимость индивидуального или коллективного обучения». Итогом невнимания к обучению является предпочтение менеджментом и работниками рутинных процедур и снижение инновационного потенциала компании.

# Заключение

Профессиональное использование данного закона, как других законов организации, способствует установлению устойчивых количественных и качественных соотношений между управляющей и управляемой системами. Он составляет часть управленческой технологии организации.

Также следует отметить существование одного из самых важных приложений закона информированности-упорядоченности является рекламная деятельность, так как реклама представляет собой информацию о потребительских свойствах товаров и услуг с целью создания спроса на них и последующей их реализаций.

В ходе выполнения работы я пришла к следующему выводу: наиболее передовые менеджеры осознают, что навыки, которыми работники обладают сегодня, быстро снижаются и устаревают, поэтому следует искать способы восполнения знаний быстро, удобно и дешево. Например, электронные методы позволяют обучаться в удобное время и во многих случаях без отрыва от работы.

**Список использованной литературы**

1. Акулов В.Б, Рудаков М.Н. Теория организации: Учебное пособие. Петрозаводск: ПетрГУ, 2006.

2. Бараева Ю.В. Теория организации: Электронный ресурс. – Ярославль: МУБиНТ, 2006

3. Леванков В.А. Теория организации. Опорный конспект лекций и методических рекомендаций к изучению курса. – СПб, 2008.

4. Веснин В.Р. Основы менеджмента. – М., 2007.

5. Смирнов Э.А. Основы теории организации. Учебное пособие для вузов. М.: Юнити, 2007.

6. Теория организации: Учебник/Под ред. В.Г. Алиева

7. Галпин Т., Хэндон М. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний. М.:"Вильямс", 2005. с. 150

8. Завьялова Е., Этокова Е. Международные слияния и поглощения: опыт Запада. "Рант". - 2003. с. 140

9. Ляпина С. Слияния и поглощения – признак развитой рыночной экономики // Рынок ценных бумаг.-2004 - №1. с. 16-19

10. Никитин Л.Л. Стратегия и тактика защиты от недружественного поглощения // Слияния и поглощения.-2003 - №2, с. 38-40

11. Хакимов Т.А. Враждебные поглощения: технология, стратегия и тактика нападений // Слияния и Поглощения.- 2003- №1, с. 22-25.

12. Хэй Д., Моррис Д. Теория организации промышленности:В2 т./Пер. с англ. под ред. А.Г. Слуцкого. – СПб.: Экон. Школа Т.2 - 2006 - 590с.

13. Поршнев А.Г., Румянцева З.П., Саломатина Н.А. Управление организацией. Москва, "ИНФРА. М", 2006 – 355с.

14. Масютин С. Совершенствование систем управления предприятием//"Аудит и финансы" – 2007 - №5