
ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА РЫНОЧНОГО ОКРУЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Коробейникова Лариса Сергеевна, канд. экон. наук, доц.
Смолевская Диана Юрьевна, маг.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж,
Россия, 394018; e-mail: korobeinikova@vsu.ru; dianasmolevskaa@gmail.com

Предмет: экономический анализ рыночного окружения экономического субъекта играет важную роль в оценке организационного уровня управления его деятельностью, что позволяет анализировать степень адекватности построения положений стратегии развития экономического субъекта. Оптимизация организационной структуры управления экономическим субъектом способствует укреплению его конкурентоспособности и рациональности принятия управлеченческих решений в области регулирования внутренней среды функционирования субъекта. В условиях гласности и прозрачности ведения бизнеса повышается роль информационного обеспечения анализа рынка, что позволяет обеспечивать результативность принятия управлеченческих решений с позиции потенциальной возможности координации управлеченческих действий и оценки их воздействия на процесс исполнения. *Цель:* обосновать содержание организационных этапов экономического анализа рыночного окружения субъекта хозяйствования, включающих определение цели и задач анализа; выявление субъектов, инициаторов и потребителей результатов анализа на основе распределения между ними функциональных обязанностей; формирование элементов информационного обеспечения аналитической работы, выделение расчетно-аналитических аспектов анализа; формирование выводов и оформление результатов анализа. *Дизайн исследования:* анализ функционирования субъекта хозяйствования направлен на выявление направлений деятельности, которые определяют результативность ведения бизнеса, выявляют основные приоритеты стратегического развития и конкурентные преимущества. Для эффективной организации анализа рыночного окружения инициатор и координатор должны регулярно обмениваться информацией о текущем состоянии проекта, о возможных изменениях в требованиях и сроках. *Результаты:* предложенные организационно-методические рекомендации по проведе-

нию анализа рыночного окружения субъекта предпринимательской деятельности для разработки оптимизационных мероприятий и осуществления контроля внедрения предложений по повышению эффективности деятельности экономического субъекта.

Ключевые слова: рыночное окружение, организационное обеспечение, цель экономического анализа, координатор аналитической работы, интересы внутренних и внешних пользователей, конкуренты, аналитический отчет.

DOI: 10.17308/meps/2078-9017/2025/5/111-124

Введение

Современные условия функционирования экономических субъектов повышают значимость анализа рынка, на котором данный субъект осуществляет финансово-хозяйственную деятельность, выявления особенностей работы основных конкурентов и поставщиков, поведения основных потребителей результатов его функционирования, а также оценки результативности основных каналов распределения товара. Следует отметить, что изучение особенностей ведения бизнеса невозможно без проведения факторного анализа влияния макроэкономических и внешних микроэкономических условий его осуществления, а также детальной характеристики вида экономической деятельности, в котором занята организация. Внедрение механизмов управления безопасностью экономического субъекта способствуют локализации угроз рыночной среды, предотвращению нерациональных и нецелевых расходов.

Методы и результаты исследования

Аспекты организационного обеспечения экономического анализа рыночного окружения способствуют повышению качества аналитической работы, созданию условий эффективного функционирования субъекта хозяйствования и повышения уровня его конкурентоспособности. Многие отечественные ученые-экономисты обращаются в сих трудах к раскрытию организационных аспектов экономического анализа.

Так О.А. Толпегина утверждает, что организационное обеспечение экономического анализа позволяет не только улучшить его качество, но и повысить управляемость и эффективность бизнес-процессов в целом¹. Автор выделяет следующие составляющие организационного обеспечения экономического анализа организации:

- формулирование цели и постановка задач анализа, которые необходимо решить для ее достижения;
- формирование команды аналитиков и распределение ролей и обязанностей между исполнителями анализа;
- разработка и внедрение методик экономического анализа, выбор ин-

¹ Толпегина О.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник и практикум для вузов / О.А. Толпегина. Москва: Издательство Юрайт, 2025. 620 с.

- струментов и технологий сбора и обработки информации;
- обеспечение доступа к необходимой информации;
- обучение и повышение квалификации специалистов, принимающих участие в проведении экономического анализа;
- определение критериев эффективного проведения экономического анализа.

Г.В. Савицкая выделяет три ключевых требования к организации экономического анализа:

- предупреждения дублирования работы и снижение расходов субъекта на реализацию аналитических процедур, что основано на четком распределении обязанностей по проведению анализа между исполнителями;
- использование принципа экономической эффективности анализа, что способствует полноте и всесторонности аналитического исследования при минимальных затратах на его проведение;
- применение типовых подходов к экономическому анализу и инструкций для исполнителей, выходных форм, табличного материала, стандартных программ².

О.В. Асканова считает, что экономический анализ деятельности субъекта хозяйствования должен быть организован с соблюдением следующих принципов³: системность, комплексность, конкретность, регулярность, объективность, действенность, сопоставимость, экономичность, оперативность. Характеристика указанных принципов применительно к анализу рыночного окружения экономического субъекта раскрыта нами в табл. 1.

Таблица 1

Принципы организации и проведения экономического анализа рыночного окружения экономического субъекта

№	Принцип	Характеристика принципа организации экономического анализа рыночного окружения
1	Научность	Экономический анализ рыночного окружения должен базироваться на диалектической теории познания, учитывать действие экономических законов развития рынка, использовать научно-практические обоснованные методики и аналитические процедуры
2	Системность	Экономические явления и процессы должны исследоваться во взаимосвязи друг с другом, как сложные диалектические системы с учетом внутренних и внешних взаимосвязей. Необходимо анализировать влияние рыночного окружения на экономический и рыночный потенциал организации, ключевые показатели ее финансово-хозяйственной деятельности

² Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. Москва: ИНФРА-М, 2020. 608 с.

³ Асканова О.В. Экономический анализ: учебное пособие / О.В. Асканова. Рубцовск: Рубцовский индустриальный институт, 2020. 84 с.

Окончание табл. 1

№	Принцип	Характеристика принципа организации экономического анализа рыночного окружения
3	Комплексность	Реализация принципа предполагает всестороннее изучение внутренней и внешней среды организации для объективной оценки влияния рыночного окружения на эффективность деятельности экономического субъекта
4	Конкретность	Экономический анализ рыночного окружения должен базироваться на достоверных, проверенных данных, результаты анализа должны иметь конкретное отражение и количественную оценку
5	Регулярность	Систематическое проведение экономического анализа рыночного окружения через определенный промежуток времени, что обеспечивает сопоставимость данных за несколько периодов [10]
6	Объективность	Критическое и беспристрастное изучение экономических явлений и процессов, выработка обоснованных выводов по результатам анализа
7	Действенность	Предполагает пригодность результатов анализа рыночного окружения для практического использования, для повышения эффективности внутренних бизнес-процессов и конкурентоспособности экономического субъекта, использования возможностей и минимизации угроз внешней среды
8	Сопоставимость	Данные анализа рыночного окружения должны быть сопоставимы по периодам, а также сопоставимость должна обеспечиваться в разрезе экономических субъектов, относящихся к одной и той же сфере деятельности
9	Экономичность	Предполагает рациональное и экономное использование ресурсов при проведении экономического анализа рыночного окружения, превышение получаемой выгоды над затраченными ресурсами
10	Оперативность	Быстрое и четкое осуществление анализа рыночного окружения, обеспечение оперативности принятия управлеченческих решений по информации, полученной в результате проведения такого анализа

На наш взгляд, организация экономического анализа рыночного окружения экономического субъекта, в первую очередь, должна соответствовать следующим требованиям, от соблюдения которых зависит качество формируемых на его основе выводов:

- носить научный характер, то есть основываться на научно и практически обоснованных методиках проведения анализа [2, 10];
- строиться на регулярной и плановой основе, что предполагает разработку плана и программы проведения экономического анализа;
- использовать средства унификации стандартизации для облегчения работы и исключения ошибок;
- иметь практическую ценность, то есть его результаты должны иметь практическое применение;
- обеспечивать экономическую эффективность аналитического процесса (соотношение выгоды от проведения анализа и затраченных ресурсов).

Кроме того, одним из ключевых требований к организации и проведению экономического анализа рыночного окружения является ориентация на запросы его инициатора, что дает возможность, с одной стороны, наиболее полно удовлетворить информационные потребности пользователей результатами анализа, а с другой стороны, минимизировать расходы на реализацию аналитических процедур⁴.

Традиционно по отношению к организации выделяют внешних и внутренних пользователей результатами экономического анализа⁵. К внутренним пользователям анализа рыночного окружения следует отнести [3]:

- руководителя и менеджеров организации;
- руководителей структурных подразделений;
- сотрудников организации.

К основным внешним пользователям результатами анализа рыночного окружения экономического субъекта следует отнести:

- собственников и учредителей;
- кредиторов, инвесторов;
- конкурентов;
- поставщиков, подрядчиков, бизнес-партнеров;
- государственные органы власти;
- покупателей и общественность⁶.

Интересы внутренних и внешних пользователей результатами экономического анализа рыночного окружения экономического субъекта конкретизированы нами в табл. 2.

Таблица 2

Интересы внутренних и внешних пользователей результатами экономического анализа рыночного окружения экономического субъекта

Группа пользователей	Интересы пользователей результатами анализа рыночного окружения
Внутренние пользователи	
Руководители, менеджеры организаций	Оценка текущего состояния и стратегических перспектив; выявление направлений повышения результативности и эффективности деятельности; рост конкурентоспособности
Руководители структурных подразделений	Разработка программы производства; составление плана продаж на предстоящий период; ценообразование на реализуемую продукцию; разработка маркетинговой программы; составление плана закупок и др.
Сотрудники организации	Конкурентный уровень заработной платы; стабильность оплаты труда; оценка перспектив дальнейшей работы в организации; сравнение условий труда в разных организациях

⁴ Косолапов М.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / М.В. Косолапов, В.А. Свободин. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2018. 248 с.

⁵ Корпоративный анализ: учебник / Д.А. Ендовицкий, Л.С. Коробейникова, И.В. Полухина. Москва: Юрайт, 2021. 213 с.

⁶ Лисовская И.А. Финансовый менеджмент: полный курс MBA. Серия: Российское бизнес-образование / И.А. Лисовская. Москва: Рид Групп, 2021. 358 с.

Окончание табл. 2

Группа пользователей	Интересы пользователей результатами анализа рыночного окружения
Внешние пользователи	
Собственники и учредители	Повышение эффективности деятельности экономического субъекта; рост чистой прибыли и стоимости бизнеса; оценка стратегических перспектив; разработка стратегического плана развития бизнеса; повышение личных доходов в виде дивидендов
Инвесторы	Максимизация прибыли – инвесторы стремятся к высокой доходности от своих вложений; оценка рисков инвестирования
Кредиторы	Обеспечение гарантированного возврата выданных кредитов; оценка платежеспособности и кредитоспособности экономического субъекта; минимизация рисков при кредитовании заемщика
Конкуренты	Выявление направлений повышения собственной позиции на рынке за счет анализа опыта других организаций, их конкурентных преимуществ
Поставщики, подрядчики, бизнес-партнеры	Перспективы дальнейшей работы с экономическим субъектом; его платежеспособность; составление плана производства и реализации собственной продукции
Государственные органы власти	Обеспечение добросовестной конкуренции на рынке; соблюдение норм законодательства, регулирующих деятельность экономического субъекта; налоговые и страховые отчисления;
Покупатели, клиенты	Оптимальное сочетание цены и качества на приобретаемую продукцию; надежность экономического субъекта, его репутация
Общественность	Социальная ответственность бизнеса; вклад и участие экономического субъекта в реализации социальных и экологических программ

Как видно из табл., для собственников организации первостепенную роль играет возможность оценить доходность вложений своего капитала в бизнес, выявить резервы повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности и конкурентоспособности организации. Для кредиторов важно убедиться, что организация в состоянии вернуть предоставленные ей денежные средства в полном размере и в установленный договором срок [1; 10]. Интерес поставщиков связан с необходимостью принятия решений о дальнейшем сотрудничестве с данным экономическим субъектом. Государственные органы проводят анализ для контроля соблюдений норм закона, в том числе в части соблюдения принципов добросовестной конкуренции [10].

Целесообразно выделить следующие организационные этапы экономического анализа рыночного окружения экономического субъекта, отраженные на рис. 1.



Рис. 1. Организационные этапы проведения анализа рыночного окружения экономического субъекта (составлено авторами)

Раскроем содержание каждого организационного этапа анализа рыночного окружения экономического субъекта более подробно.

Этап 1. Определение цели и задач анализа. Цель экономического анализа рыночного окружения экономического субъекта состоит в оценке условий, в которых он функционирует, определении возможностей и угроз внешней среды и принятии на этой основе обоснованных управленческих решений, направленных на повышение эффективности финансово-хозяйственной деятельности и конкурентоспособности [3; 4]. Для достижения данной цели необходимо решить множество задач (рис. 2).

Этап 2. Формирование команды аналитиков и распределение между ними обязанностей. С точки зрения организации и проведения экономического анализа значение играет распределение обязанностей между участниками – инициатором, координатором, исполнителями. Инициатор экономического анализа рыночного окружения – это лицо или группа лиц, которые принимают решение о проведении экономического анализа. При внутреннем анализе инициатором могут быть: руководитель организации, менеджеры. В его обязанности входит [6]:

- формулировка целей и задач, которые необходимо решить в ходе анализа;
- определение требований к используемым данным, обеспечение доступа к этим данным и информации;

- обеспечение группы аналитиков необходимыми для проведения анализа ресурсами, включая оборудование, информационное обеспечение, финансовые ресурсы;
- определение критериев качества результатов анализа для оценки его итогов.

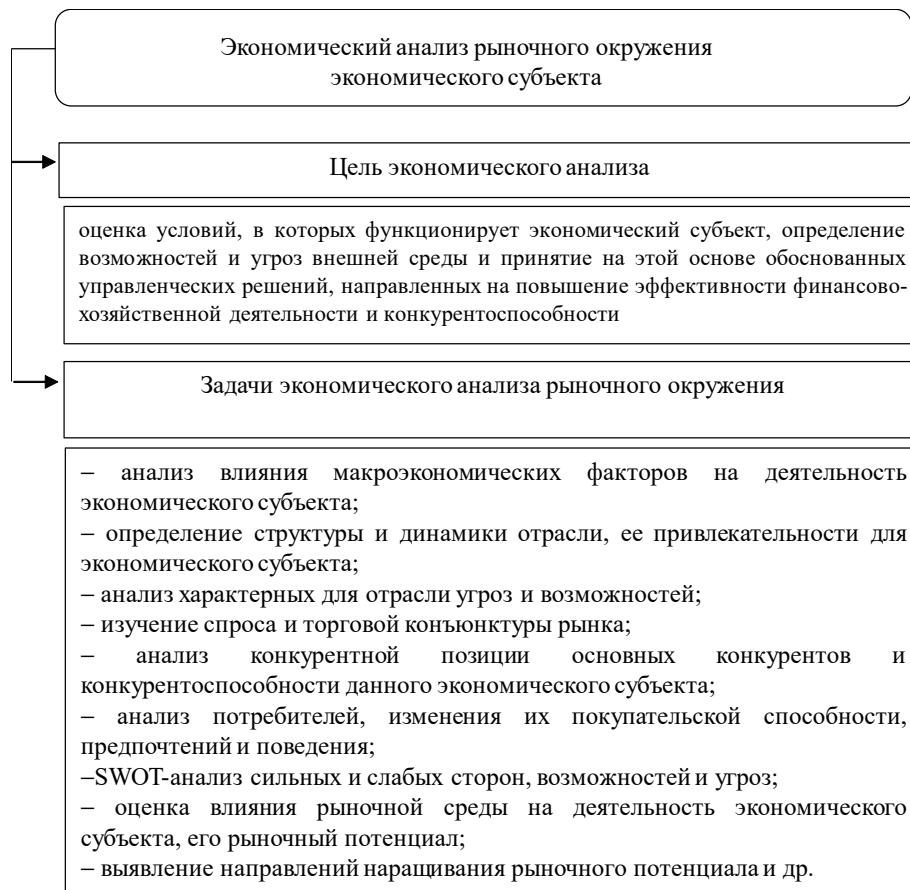


Рис. 2. Цель и задачи рыночного окружения экономического субъекта
(составлено авторами)

Координатор – это лицо, которое ответственно за организацию работы группы аналитиков, выполнение анализа и взаимодействие участников. В роли координатора анализа рыночного окружения организации могут выступать руководители структурных подразделений (планово-экономический отдел, отдел продаж, маркетинга). Основные обязанности координатора [7]:

- разработка плана и программы проведения анализа, включая сроки и этапы выполнения, ответственных лиц за реализацию каждого направления и этапа анализа;
- распределение задач и обязанностей между исполнителями;

- мониторинг работы исполнителей, обеспечение выполнения поставленных задач в сроки, обозначенные планом;
- организация процесса сбора необходимых данных и информации для анализа.

Исполнители – это команда специалистов, которые непосредственно занимаются сбором необходимой информации, оценкой ее качества, проведением аналитических процедур, подведением итогов. Основные обязанности исполнителей:

- сбор данных, организация и проведение исследований, опросов, анализ существующих данных;
- реализация аналитических процедур в соответствии с планом и программой анализа;
- формирование аналитических отчетов и презентаций по результатам проведенного анализа;
- участие в презентации результатов анализа перед инициатором и другими заинтересованными лицами.

Следует отметить, что все участники анализа рыночного окружения взаимосвязаны между собой. Схема, отражающая взаимосвязь участников, отражена на рис. 3.

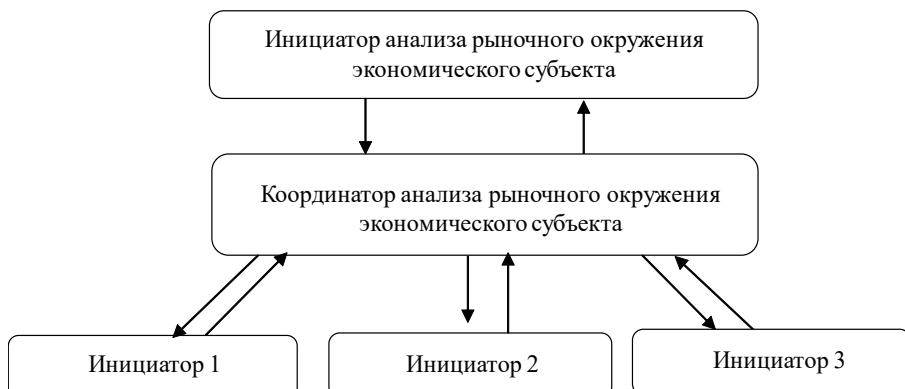


Рис. 3. Схема взаимодействия участников анализа рыночного окружения организации (составлено авторами)

Координатор должен поддерживать связь с исполнителями, помогая им решать поставленные задачи. В свою очередь, исполнители обязаны информировать координатора о ходе выполнения задач и возникновении сложностей, чтобы обеспечить своевременную корректировку плана работы. Стандартная схема распределения обязанностей по экономическому анализу между работниками структурных подразделений отражена нами на рис. 4.



Рис. 4. Распределение функциональных обязанностей между структурными подразделениями экономического субъекта по анализу рыночного окружения (составлено авторами)

Как видно из рис. 4, к проведению анализа рыночного окружения и потенциала экономического субъекта могут быть привлечены специалисты производственного отдела, отдела сбыта, отдела снабжения, отдела маркетинга, экономического отдела и отдела бухгалтерского учета.

Этап 3. Планирование аналитических процедур. Данный этап предполагает разработку плана и программы проведения анализа с указанием цели, задач, участников и направлений, сроков реализации каждого этапа. В плане экономического анализа должны найти отражение⁷:

- перечень объектов анализа, подлежащих изучению;
- цель и задачи проведения анализа;
- система показателей, анализ которых обеспечивает достижение поставленной цели [5, 8];
- этапы и сроки реализации анализа с указанием ответственных исполнителей;

⁷ Везломцева С.Г. Анализ и диагностика производственно-хозяйственной деятельности учреждений и органов УИС: курс лекций // С.Г. Везломцева, О.Ю. Гришина, А.А. Жильников. Рязань, 2023.

- информационное и методическое обеспечение;
- форма и сроки представления результатов анализа на обсуждение.

Этап 4. Информационное и аналитическое обеспечение анализа⁸. На этом этапе осуществляется сбор необходимой информации, ее проверка на достоверность, объективность, непротиворечивость, полноту.

Этап 5. Расчетно-аналитический этап. На этом этапе реализуются аналитические расчеты согласно разработанному плану проведения экономического анализа и принятой методике.

Этап 6. Формирование выводов и оформление результатов анализа. Любые результаты аналитического исследования деятельности экономического субъекта в целом или его сегментов должны быть оформлены в виде документов [9; 11; 12]. Это может быть: аналитический отчет (пояснительная записка); справка; заключение⁹. Аналитический отчет обычно составляется для внешних пользователей – контрольно-ревизионных органов и учредителей. Если результаты анализа предназначены для внутрихозяйственного использования, они оформляются в виде справки или заключения¹⁰.

Этап 7. Разработка оптимизационных мероприятий и контроль внедрения предложений по повышению эффективности деятельности экономического субъекта, его конкурентоспособности. Данный этап реализуется посредством проведения повторного расчета показателей и сопоставления полученных данных с показателями до реализации предложенных мероприятий.

Заключение

Особенностью анализа рыночного окружения экономического субъекта является то, что в нем принимают участие специалисты разных структурных подразделений (производственный отдел, отдел сбыта, отдел снабжения, отдел маркетинга, планово-экономический отдел и отдел бухгалтерского учета (бухгалтерия)). Состав информации, которая может быть использована при проведении анализа рыночного окружения, определяется особенностью выбранной методики анализа. Вовлечение сотрудников структурных подразделений экономического субъекта в организационно-методическую работу позволяет обеспечить комплексность проведения экономического анализа, оценить глубину осуществления финансово-хозяйственной деятельности, выявить неиспользованные резервы укрепления рыночного окружения.

Результаты экономического анализа рыночного окружения экономи-

⁸ Везломцева С.Г. Анализ и диагностика производственно-хозяйственной деятельности учреждений и органов УИС : курс лекций // С.Г. Везломцева, О.Ю. Гришина, А.А. Жильников. Рязань, 2023.

⁹ Бухгалтерский учет и отчетность: учебное пособие / Н.Г. Сапожникова, Л.С. Коробейникова, О.Н. Гальчина, И.В. Панина. Москва: Кнорус, 2021. 388 с.

¹⁰ Толпегина О.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник и практикум для вузов / О.А. Толпегина. Москва: Издательство Юрайт, 2025. 620 с.

ческого субъекта способствуют принятию эффективных управленческих решений в области повышения эффективности функционирования, конкурентоспособности и защиты экономического субъекта от угроз воздействия внешней среды и укрепления качества управления бизнес-процессами субъекта.

Нами исследованы принципы организации экономического анализа экономического окружения субъекта хозяйствования, обоснованы организационные этапы его проведения и представлена их характеристика, определен состав субъектов экономического анализа и порядок взаимодействия между ними в процессе его осуществления.

Список источников

1. Головин С.В., Луценко М.С., Шендрикова О.О. Организация внутреннего контроля на российских и зарубежных предприятиях: подходы и модели // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление*, 2020, no. 3, с. 34-47.
2. Григорьева С.В. Системный подход к экономическому анализу устойчивости предприятий // *Актуальные исследования высшей школы*, 2023, no. 1, с. 8-11.
3. Ендовицкий Д.А., Подлесных С.А. Организационные этапы экономического анализа экспертной деятельности в условиях конкурентной среды // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2023, no. 4, с. 58-70.
4. Казанцева А.Н. Развитие системы внутреннего контроля в современных компаниях: теоретические подходы и предложения по совершенствованию // *Управленческое консультирование*, 2018, no. 10, с. 99-108.
5. Коробейникова Л.С., Черкасова К.А. Оценка уровня зрелости системы внутреннего контроля коммерческой организации и пути повышения ее эффективности // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2021, no. 4 (136), с. 72-87.
6. Коробейникова Л.С., Гущина А.И. Анализ рыночного окружения организаций здравоохранения // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2021, no. 11 (143), с. 65-75.
7. Кузьбожев Э.Н., Световцева М.Г., Бабич Т.Н. Системный или комплексный анализ? // *Экономический анализ: теория и практика*, 2006, no. 9 (66), с. 9-16.
8. Панина И.В., Коробейникова Л.С. Формирование и анализ отчетной информации о сегментах деятельности организации // *Экономический анализ: теория и практика*, 2014, no. 13, с. 39-48.
9. Подлесных С.А. Возможности использования инструментария стратегического экономического анализа для оценки эффективности деятельности организаций // *Апрельские научные чтения имени профессора Л.Т. Гиляровской: материалы XI Международной научно-практической конференции*, 2022, с. 125-129.
10. Полухина И.В. Систематизация аналитических работ оценки конкурентоспособности коммерческой организации // *Актуальные вопросы развития конкурентной политики, совершенствования правоприменительной практики пресечения недобросовестной конкуренции и ненадлежащей рекламы: материалы XIII Международной научно-практической конференции*, 2023, с. 192-197.
11. Сысоева О.Н., Лытнева Н.А. Развитие инновационных методов в управлении результативностью хозяйственных систем // *Вестник Орел ГАУ*, 2012, no. 3 (36), с. 87-92.
12. Учет, анализ и контроль в корпорациях: монография / [под ред. Д.А. Ендовицкого]; Воронежский государственный университет. Воронеж, Издательский дом ВГУ, 2018. 332 с.

ORGANIZATIONAL SUPPORT FOR ECONOMIC ANALYSIS OF THE MARKET ENVIRONMENT OF AN ECONOMIC ENTITY

Korobeinikova Larisa Sergeevna, Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.
Smolevskaya Diana Yuryevna, M.A.

Voronezh State University, Universitetskaya sq., 1, Voronezh, Russia, 394018; e-mail:
korobeinikova@vsu.ru; dianasmolevskaa@gmail.com

Importance: economic analysis of the market environment of an economic entity plays an important role in assessing the organizational level of management of its activities, which allows analyzing the adequacy of the provisions of the development strategy of an economic entity. Optimization of the organizational structure of management of an economic entity contributes to strengthening its competitiveness and rationality of making management decisions in the field of regulating the internal environment of the entity's functioning. In the conditions of openness and transparency of doing business, the role of information support for market analysis increases, which helps ensure the effectiveness of making management decisions from the standpoint of the potential for coordinating management actions and assessing their impact on the execution process. *Purpose:* to substantiate the content of the organizational stages of the economic analysis of the market environment of a business entity, including defining the purpose and objectives of the analysis; identifying subjects, initiators and consumers of the analysis results based on the distribution of functional responsibilities between them; forming elements of information support for analytical work, highlighting the calculation and analytical aspects of the analysis; forming conclusions and formalizing the analysis results. *Research design:* the analysis of the functioning of a business entity is aimed at identifying areas of activity that determine the effectiveness of doing business, identify the main priorities of strategic development and competitive advantages. For the effective organization of the analysis of the market environment, the initiator and the coordinator should regularly exchange information on the current state of the project, possible changes in requirements and deadlines. *Results:* the proposed organizational and methodological recommendations for conducting an analysis of the market environment of a business entity for the development of optimization measures and monitoring the implementation of proposals to improve the efficiency of the economic entity.

Keywords: market environment, organizational support, purpose of economic analysis, coordinator of analytical work, interests of internal and external users, competitors, analytical report.

References

1. Golovin S.V., Lucenko M.S., Shendrikova O.O. Organizacija vnutrennego kontrolja na rossijskih i zarubezhnyh predprijatijah: podhody i modeli. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Jekonomika i upravlenie*, 2020, no. 3, pp. 34-47. (In Russ.)
2. Grigor'eva S.V. Sistemnyj podhod k jekonomiceskому analizu ustojchivosti predprijatij. *Aktual'nye issledovaniya vysshej shkoly*, 2023, no. 1, pp. 8-11. (In Russ.)
3. Endovickij D.A., Podlesnyh S.A. Organizacionnye jetapy jekonomiceskogo analiza jekspertnoj dejatel'nosti v uslovijah konkurentnoj sredy. *Sovremennaja jekonomika: problemy i reshenija*, 2023, no. 4, pp. 58-70. (In Russ.)
4. Kazanceva A.N. Razvitie sistemy vnutrennego kontrolja v sovremennyh kompanijah: teoreticheskie podhody i predlozenija po sovershenstvovaniju. *Upravlencheskoe konsul'tirovanie*, 2018, no. 10, pp. 99-108. (In Russ.)
5. Korobejnikova L.S., Cherkasova K.A. Ocenna urovnya zrelosti sistemy vnutrennego kontrolja kommercheskoj organizacii i puti povyshenija ee jeffektivnosti. *Sovremennaja jekonomika: problemy i reshenija*, 2021, no. 4 (136), pp. 72-87. (In Russ.)
6. Korobejnikova L.S., Gushhina A.I. Analiz rynochnogo okruzenija organizacij zdravoohranenija. *Sovremennaja jekonomika: problemy i reshenija*, 2021, no. 11 (143), pp. 65-75. (In Russ.)
7. Kuz'bozhev Je.N., Svetovceva M.G., Babich T.N. Sistemnyj ili kompleksnyj analiz? *Jekonomiceskij analiz: teorija i praktika*, 2006, no. 9 (66), pp. 9-16. (In Russ.)
8. Panina I.V., Korobejnikova L.S. Formirovanie i analiz otchetnoj informacii o segmentah dejatel'nosti organizacii. *Jekonomiceskij analiz: teorija i praktika*, 2014, no. 13, pp. 39-48. (In Russ.)
9. Podlesnyh S.A. Vozmozhnosti ispol'zovaniya instrumentarija strategicheskogo jekonomiceskogo analiza dlja ocenki jeffektivnosti dejatel'nosti organizacij. *Aprel'skie nauchnye chtenija imeni professora L.T. Giljarovskoj: materialy XI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*, 2022, pp. 125-129. (In Russ.)
10. Poluhina I.V. Sistematizacija analiticheskikh rabot ocenki konkurentospособности kommercheskoj organizacii. *Aktual'nye voprosy razvitiya konkurentnoj politiki, sovershenstvovaniya pravoprimeritel'noj praktiki presechenija nedobrosovestnoj konkurencii i nenaadlezhashhej reklamy: materialy XIII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*, 2023, pp. 192-197. (In Russ.)
11. Sysoeva O.N., Lytneva N.A. Razvitie innovacionnyh metodov v upravlenii rezul'tativnost'ju hozjajstvennyh sistem. *Vestnik Orel GAU*, 2012, no. 3(36), pp. 87-92. (In Russ.)
12. Uchet, analiz i kontrol' v korporacijah: monografija / [pod red. D.A. Endovickogo]; Voronezhskij gosudarstvennyj universitet. – Voronezh, Izdatel'skij dom VGU, 2018. 332 p. (In Russ.)