

ОСНОВНІ МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТЕОРІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядаються методологічні питання стосовно визначення категорії потенціал підприємства в економічній теорії. Автором сформульовані об'єкт, предмет, організаційні закони та методологія його оцінки в теорії потенціалу підприємства. Надано рекомендації щодо формування та оцінювання потенціалу підприємства та його складових елементів.

In this article methodological questions concerning definition of an enterprise potential category are discussed. Author has formed, the object, subject, organizational laws and methodology of its valuation in an enterprise potential theory. Recommendations concerning forming and evaluation of enterprise potential and its constituents of elements are given.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У науковій літературі потенціал підприємства розглядається як основа його розвитку в умовах перебудови вітчизняної економіки і адаптації до умов конкурентного ринку. Саме потенціал підприємства є складним за структурою та багатоаспектним за змістом поняттям, визначення якого неясне. Зростання потенціалу вітчизняних підприємств пов'язано з розвитком інноваційних процесів в Україні та впровадженням закінчених, ефективних і масштабних інвестиційних проектів. Теоретичний і практичний інтерес за цих умов викликають питання оцінювання потенціалу підприємства, визначення, наскільки результативно суб'єкти господарювання реалізують свої можливості. Теорія потенціалу підприємства має тривалу еволюцію розвитку, та її становлення продовжується і дотепер.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Теорія потенціалу підприємства узагальнює систему наукових знань стосовно досвіду теоретико-методологічних розробок, а також процеси формування та розвитку економічних категорій і методологічного інструментарію. Викладення теорії потенціалу, її трактування надається в розробках таких українських та російських вчених: О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк, Н.С. Краснокутська, Б.Є. Бачевський, І.В. Заблотська, О.О. Решетняк, А.А. Задоя, Ю.В. Кіндзерський, Є.В. Лапін, О.Ф. Балацький, М.Б. Афанасьєв, Г.В. Білоконенко, В.Н. Гавва, Е.А. Божко, І.З. Должанський, Т.О. Загорна, О.О. Удалих, І.М. Герасименко, В.М. Ращупкина, Е.В. Попов, Л.В. Балабанова, Р.В. Мажинський. Сутність, структурно-елементний склад, механізм формування та методологія оцінки потенціалу підприємства комплексно розглянуті в учбово-методичній літературі [1,с.79; 2,с.105; 3,с.6; 4,с.862]. Розробки авторів наукових праць адаптовані до умов трансформації економіки України.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Відмінності методологічно-теоретичних підходів до визначення потенціалу підприємства у різних науковців пов'язані з розвитком економічних відносин і, як наслідок, удосконаленням економічної теорії та наукових поглядів на потенціал підприємства. В економічній літературі відсутнє однозначне визначення цієї категорії. Складність та недостатність розробки теоретичних засад організації потенціалу підприємства, неоднотайність позиції відносно його сутності визначили необхідність подальшого системного наукового дослідження.

Формулювання цілей статті. Поставлено завдання визначити основні методологічні аспекти становлення теорії потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Потенціал підприємства є системою наукових знань, що становлять обґрунтування об'єкта, предмета, економічних категорій,

організаційних законів, методології оцінювання потенціалу підприємства та досвіду його господарювання. Автори методологічно-теоретичних напрямів визначення потенціалу підприємства неоднаково підходять до характеристики цієї складної економічної парадигми.

Об'єктом теорії потенціалу підприємства є процеси його формування та оцінювання, які відбуваються для досягнення цілей підприємства та забезпечення конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

Предмет теорії потенціалу підприємства – це методологічний інструментарій формування та оцінювання потенціалу підприємства та його складових елементів для управління й діагностики його розвитку в конкурентному зовнішньому середовищі. До предмету теорії потенціалу підприємства відносяться економічні категорії, організаційні закони та методологічні підходи його оцінки.

Економічні категорії, що знайшли застосування в теорії потенціалу підприємства, розподілені на декілька відносно самостійних груп:

- категорії сутнісної характеристики потенціалу підприємства;
- категорії, які пояснюють конкурентоспроможність потенціалу підприємства;
- категорії, які забезпечують методологію вартісної оцінки потенціалу підприємства та його складових елементів.

Категоріальна сутність потенціалу підприємства представлена в наукових працях в різні періоди часу в теоретико-методологічних розробках багатоаспектних економічних проблем. Процес становлення теоретичних поглядів визначення потенціалу підприємства охоплює наступні етапи.

Період 1920-1930 рр. можна визначити як перший крок у формулюванні теоретичних поглядів на потенціал підприємства з точки зору економічної науки. На початку минулого століття потенціал підприємства визначався як потенційна можливість країни виробляти матеріальні блага для задоволення потреб населення. Визначення «потенціал підприємства є організаційною системою» простежується в тлумаченнях цієї категорії до наступного часу [1, с.7].

У періоді 1950-1960 рр. у працях більшості дослідників того часу знаходить своє практичне застосування нова термінологія «економічний потенціал країни» та «потенціал розширеного виробництва» [1, с.7].

Далі, в 1970-1980 рр. і до наступного часу, в теорії потенціалу розглядають питання народногосподарського потенціалу, економічного потенціалу, потенціалу підприємства, виробничого потенціалу, промислового потенціалу [1, с.11; 2, с.7-8; 3, с.15; 5, с.7; 6, с.522; 7, с.37]. У ринковій діяльності вивчається ринковий потенціал підприємства [6, с.534; 8, с.41; 9, с.28].

У період перебудови соціалістичного розширеного відтворення визначено категорію народногосподарського потенціалу, який містить потенціал виробничих сил та виробничих відносин. Відносно проблеми народногосподарського потенціалу висувався методологічний прийом, який розкриває діалектику категорії потенціал, за якою в продукції закладені потенційні можливості її споживання, створення нового продукту здійснюється за умов реалізації потенціалу. Економічний потенціал утворюється за умов його постійної реалізації і майбутнього відновлення на більш високому рівні [5, с.37-38].

Економічний потенціал – це, по-перше, сукупна виробнича сила праці всіх працездатних членів суспільства, а по-друге, властивість економіки країни, її галузей, підприємств здійснювати виробничо-господарську діяльність, виробляти продукцію, товари, послуги, задовольняти потреби населення, суспільні потреби, забезпечувати розвиток виробництва і споживання [1,с.7; 7,с.27]. Формування економічного потенціалу підприємства здійснюється в максимально можливому обсязі виробництва матеріальних цінностей та послуг в умовах, які забезпечують їх більш повне використання в часі та продуктивність певної кількості існуючих економічних ресурсів [10, с.170]. Механізм формування економічного потенціалу підприємства складають структурні елементи кадрового, виробничого інноваційного та організаційно-управлінського потенціалу. Саме економічний

потенціал підприємства є основою прийняття стратегічних рішень, визначення напрямів його розвитку, формування програми дій на майбутнє, є базовим критерієм управлінських процесів [11, с.293]. Економічний потенціал підприємства полягає в сукупності можливостей підприємства визначати, формувати та максимально задовольняти споживачів виробами та послугами в процесі оптимальної взаємодії із зовнішньою середою та раціональному використанні економічних ресурсів [6, с.532]. Теоретичні та методичні засади інтегральної оцінки економічного потенціалу відокремлюють його елементний склад (виробничий, трудовий, інноваційний, інвестиційний потенціали), визначають економічний потенціал базових галузей промисловості та території, механізми використання економічного потенціалу адміністративних і виробничих систем.

Могутній творчий розвиток одержала ресурсна концепція потенціалу підприємства, в якій з різних точок зору науковцями сформульовані сутність, механізм формування та методологія оцінки. Розглянемо деякі з них. Потенціал підприємства є характеристикою ресурсів, необхідних для функціонування виробництва та прискорення науково-технічного прогресу, системою матеріальних і трудових факторів, які забезпечують досягнення виробництва, та здатністю комплексу ресурсів економічної системи виконувати поставлені перед нею завдання. З таких позицій за ресурсною концепцією оцінюється вартість земельно-майнового та соціально-організаційного комплексу підприємства, нематеріальних активів та соціальної складової підприємницької діяльності, які визначають ефективність формування та використання потенціалу. Визначено, що основний зміст потенціалу підприємства полягає в інтегральному відображенні поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси [1, с.11]. За ресурсною концепцією сутністю підприємницького потенціалу є сукупність трудових, матеріальних, технічних, фінансових, інноваційних та інших ресурсів, навичок і можливостей керівників, спеціалістів та інших категорій персоналу в процесі виробництва товарів, здійснення послуг, отримання максимального доходу і забезпечення сталого функціонування та розвитку підприємства [1, с.7]. Можливість системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою бізнес-процесів відокремлює таку рису потенціалу підприємства, як мобілізація ресурсів у ході здійснення комплексу його дій [2, с.8]. Потенціал промислового підприємства розглядається як здатність підприємства до виробництва та реалізації конкурентоспроможної продукції за умов раціонального використання існуючих ресурсів та можливостей в обсягах, необхідних для забезпечення ефективного функціонування підприємства відповідно до його стратегічних і тактичних планів розвитку [12, с.146].

Потенціал підприємства, представлений реальною або імовірною здатністю виконувати цілеспрямовану роботу, розподіляється на категорії: базовий потенціал забезпечує підприємству можливість досягнення основних комерційних цілей, створення економічних цінностей і одержання при цьому прибутків; прихований потенціал є активами, які не дають конкретної переваги на даному етапі; збитковий потенціал – це споживання ресурсів без будь-якого прибутку для підприємства; пересічний потенціал характеризується наявністю в підприємства активів, які забезпечують ефективне використання інших видів потенціалів [13, с.13].

Визначення та класифікація промислового потенціалу здійснені в механізмах його формування, методології оцінки технологічної інноваційності промислового виробництва при обґрунтуванні перспектив структурних перетворень в економіці, створенні важелів ефективного управління інноваційною діяльністю на промислових підприємствах. За цими проблемами сутність потенціалу викладено як системне явище, що характеризує можливість галузі виконувати свою суспільну місію із задоволення різноманітних потреб суспільства, природа яких пов'язана зі здійсненням промислової діяльності. Промисловий потенціал є

динамічною категорією, яка змінюється та адаптує складові елементи структури виробництва, ресурсів, інституціональних умов та технологій [7, с.37,95].

Реалізація ресурсної концепції в наукових підходах, оригінальні погляди, висновки та рекомендації, діагностика економічних важелів щодо подальшого розвитку теорії потенціалу дають поштовх для подальших наукових пошуків, перспектив структурно-інноваційних трансформацій статичних та динамічних характеристик категорії потенціал підприємства.

Нова наукова категорія ринковий потенціал, який є сукупністю засобів і можливостей підприємства в реалізації ринкової діяльності, розроблена в концепції багаторівневих складових ринкового потенціалу, за якою інтегральна характеристика маркетингового ресурсного забезпечення підприємства – це сума методичних, людських, матеріальних та інформаційних ресурсів, які забезпечують ринкову діяльність [11, с.41-42]. Для виявлення конкретного змісту ринкового потенціалу доцільно застосувати проблемно-аналітичний підхід, тобто уявити ієрархічну структуру його складових потенціалу. Управління маркетинговим потенціалом на сучасному етапі трансформації економіки простежується в складних діалектичних зв'язках між частинами загального потенціалу підприємства, визначальною ланкою якого є маркетинговий потенціал. Системний підхід до оцінки маркетингового потенціалу передбачає урахування всіх елементів системи [9, с.20].

Процес формування потенціалу підприємства повинен бути обов'язково спрямований на досягнення цілей, головної місії підприємства, і це потребує уваги. Рівень виробничого потенціалу визначається в процесі його використання й оцінюється з точки зору його результативності, тобто ступеня задоволення потреб клієнтів, які споживають вироблену продукцію [14, с.60]. Формування виробничого потенціалу відбувається при реалізації цілей підприємства на етапі випуску конкурентоспроможної продукції.

Наукові погляди та концептуальні напрями в теорії потенціалу підприємства визначають багаторічну історію та широкий спектр теоретичних підходів до вивчення категорії, спільні риси та відмінності в сучасних уявленнях та методології формування потенціалу підприємства. Кожна з наведених точок зору підкреслює окремі досягнення та переваги. Сформульовані теоретичні підходи визначення сутності категорії потенціал підприємства розподіляються за ресурсною та цільовою ознакою:

- потенціал – це сукупність необхідних для функціонування або розвитку системи різних видів ресурсів;
- потенціал – це система матеріальних і трудових факторів, що забезпечують досягнення поставлених цілей.

Звертає на себе увагу думка науковців, за якою в уявленні категоріальної сутності потенціалу підприємства, при всій розбіжності наведених уявлень, має набагато більше спільного в тому, що потенціал – це можливість розвитку системи, забезпечення досягнення цілей та виконання поставлених завдань, яка асоціюється з певною сукупністю ресурсів [7, с.25]. Спираючись на попередні наукові розробки, спробуємо визначити свою позицію відносно даної економічної категорії: потенціал підприємства є сукупністю якостей системи взаємопов'язаних ресурсів, можливостей та їх мобілізації щодо досягнення цілей підприємства, конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища.

В основі формування категоріальної сутності конкурентоспроможності потенціалу підприємства знаходиться симбіоз концептуальних положень двох теорій: теорії конкуренції та теорії потенціалу підприємства. Концепція конкурентоспроможності потенціалу підприємства характеризується відносно самостійним напрямом дослідження, обґрунтована в економічних розробках та представлена в багатьох наукових працях (табл.1).

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства є внутрішньою якістю його системи взаємопов'язаних ресурсів; це відносно економічне поняття, яке може бути оцінене за наявності конкурентів для розробки стратегії своєї поведінки на ринку.

Оцінка потенціалу підприємства, механізми формування та методологія визначення пов'язаних з нею економічних категорій комплексно розглянуті в науковій літературі. Оцінка дає можливість встановити, як працює підприємство, чи досягаються поставлені цілі,

які зміни і удосконалення в процесі управління впливають на повноту використання потенціалу підприємства, його ефективність [1, с.79]. Під оцінкою економічного потенціалу слід розуміти визначення його величини у вартісному виразі. Оцінці може підлягати загальна величина економічного потенціалу або його активна частина [6, с.149]. Раціональна організація вартісної оцінки потенціалу підприємства будь-якої форми власності відбувається за допомогою науково обґрунтованих методологічних підходів та економічних категорій, які забезпечують її методологію.

Таблиця 1

Пріоритетні напрями дослідження конкурентоспроможності потенціалу підприємства

Пріоритетний напрямок	Обґрунтування та мета
Визначення та аналіз ринкового потенціалу підприємства та конкурентної структури	Зручним інструментом порівняння можливостей підприємства та основних конкурентів є побудова багатокутників конкурентоспроможності, які являють собою графічні поєднання оцінок становища підприємства та конкурентів за найбільш значущими напрямами діяльності [8, с.136]. Мета: побудова багатокутника конкурентоспроможності.
Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства	Конкурентоспроможні продукти - це результат функціонування конкурентоспроможної організації [14, с.71]. Мета: ефективне використання та розвиток наявного потенціалу.
Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та її рівні	Конкурентоспроможність потенціалу підприємства – це комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переваження сукупності показників оцінки можливостей підприємства [1, с. 53]. Мета: визначення успіху підприємства на певному ринку за певний проміжок часу стосовно сукупності аналогічних показників підприємств – конкурентів.
Сутність та рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства	Конкурентоспроможність потенціалу підприємства - це комплексна порівняльна характеристика, яка відбиває ступінь переваги сукупності індикаторів якості використання ресурсів та організації взаємозв'язків між ними [2, с. 42]. Мета: визначення ефективності потенціалу підприємства на певному ринку в певний проміжок часу щодо сукупності індикаторів підприємств – аналогів.
Сутність маркетингового потенціалу підприємства в	Конкурентоспроможність маркетингового потенціалу підприємств являє собою рівень використання маркетингового потенціалу у порівнянні з конкуруючим об'єктом [9, с.56]. Мета: ефективне використання маркетингового потенціалу підприємства.
Потенціал конкурентоспроможності підприємства	Потенціал конкурентоспроможності підприємства – це властивість носія забезпечити потреби ринку за кожною номенклатурною позицією продукції за обсягом, характеристиками, якістю та ціною в межах виробничого та економічного потенціалу підприємства на певному рівні [3, с.102]. Мета: оцінка потенціалу підприємства.

Вартість земельних ділянок, будівель і споруд, машин та устаткування, нематеріальних ресурсів та активів, трудового потенціалу та взагалі бізнесу формують категоріальний інструментарій методології за ресурсною концепцією визначення потенціалу підприємства [1, с.85]. Вартість в обміні: ринкова, ліквідаційна, залогова, орендна, страхова; вартість у використанні: балансова, інвестиційна, податкова, вартість заміщення - є категоріями видових характеристик вартості потенціалу підприємства [1, с.87-88; 6, с.564]. Вартість активів підприємства у виробничій сфері відображує вартість нематеріальних

активів, капітальних інвестицій, основних засобів, довгострокових фінансових інвестицій, виробничих запасів, незавершеного виробництва, людського потенціалу. Вартісна оцінка доходу та грошових коштів підприємства, які визначають його прибуток, чистий дохід, амортизаційні відрахування та валовий дохід є категоріями вартості економічного потенціалу підприємства [6, с.571]. Вартість носія економічного потенціалу поділяється на дві категорії. По-перше, це економічний потенціал ціни продажу, по-друге, це економічний потенціал отримання прибутку від експлуатації [3, с.121].

Широкий спектр підходів свідчить про те, що у визначенні категоріального інструментарію в методології оцінювання потенціалу підприємства в сучасних теоретичних розробках єдиної думки не існує. Тому наведений розподіл теорії потенціалу підприємства на окремі групи категорій носить умовний характер. Розробка методологічних, організаційних і практичних аспектів цієї категорії здійснюється комплексно, у взаємодії одна з одною.

Основи організаційної науки знаходяться в класичній теорії організації, де вперше були сформульовані основні поняття, методи, необхідність й принципи системного підходу та зміст законів організації. Організація потенціалу підприємства, на нашу думку, визначає правопорядок динамічних і структурованих систем, дозволяє сформулювати структурну характеристику потенціалу підприємства за дією статичних законів: композиції, пропорційності, найменших, онтогенезу; побудувати процесуальну характеристику потенціалу підприємства за дією динамічних законів синергії, інформованості – упорядкування самозбереження, єдності аналізу та синтезу; встановити закономірності організації потенціалу підприємства при оптимальному поєднанні видових складових в інтегрованій моделі з прямою та зворотною інтеграцією стратегій, що в умовах синергізму інтегрує різні види потенціалу з метою використання сильних сторін і можливостей та підсилення слабких. Методологія оцінки потенціалу підприємства традиційно характеризується в економічній теорії сукупністю методичних підходів: витратного (майнового), порівняльного (ринкового) та результативного (дохідного). Витратний (майновий) підхід об'єднує сукупність методів, спрямованих на визначення вартості об'єктів оцінки на основі витрат на його створення і використання. Порівняльний (ринковий) підхід дає можливість визначити вартість об'єкта оцінки на базі співставлення з об'єктами існуючих ринкових угод. Результативний (дохідний) підхід оцінює вартість складових потенціалу підприємства на основі чистого доходу та результатів від його використання. Методичні підходи оцінки націлені на визначення вартості потенціалу підприємства, яка формується у вигляді чистого доходу та інших фінансово-економічних результатів [1, с.85].

Забезпечення беззбитковості підприємства, як виробничої системи на сучасному ринку передбачає впровадження раціональної організації вартісної оцінки потенціалу підприємства, розробку спеціальної нормативно – інформаційної бази використання ресурсів. Важливим питанням в цих умовах виступає розробка стратегії, яка може бути представлена у вигляді управління прибутком підприємства на базі нормативної собівартості продукції. У цьому випадку маржинальний прибуток є верхньою межею прибутку, а при зміні величини постійних витрат, коли постійні витрати прямують до нуля, операційний прибуток прямує до маржинального. Підприємство отримує максимальний ефект з мінімальними витратами. Нові механізми управління і планування в ринкових умовах вимагають звернути увагу підприємців на раціональну організацію вартісної оцінки майна, майнових прав, доходів від усіх видів діяльності з використанням наукової методології та нормативної бази використання ресурсів.

Висновки даного дослідження і перспективи подальших розробок. Об'єктом теорії потенціалу підприємства є процеси його формування та оцінювання, які відбуваються для досягнення цілей підприємства та забезпечення конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища. Предмет теорії потенціалу підприємства – це методологічний інструментарій формування та оцінювання потенціалу підприємства та його складових елементів для управління й діагностики його розвитку в конкурентному зовнішньому

середовищі. До предмету теорії потенціалу підприємства відносяться економічні категорії, організаційні закони та методологічні підходи його оцінки. Економічні категорії, що знайшли застосування в теорії потенціалу підприємства, розподілені на декілька відносно самостійних груп: категорії сутнісної характеристики потенціалу підприємства; категорії, які пояснюють конкурентоспроможність потенціалу підприємства; категорії, які забезпечують методологію вартісної оцінки потенціалу підприємства та його складових елементів.

Становлення теорії потенціалу підприємства розкриває складні процеси його розвитку та взаємозв'язків. Потенціал підприємства не може бути об'єктом чи предметом дослідження тільки однієї теорії. Існують різні концептуальні підходи до визначення цього унікального процесу розширення наявних і прихованих виробничих та невиробничих ринкових можливостей з урахування зовнішніх і внутрішніх факторів зовнішнього середовища. Потенціал підприємства та його оцінка є предметом теоретичних та методологічних розробок економіки підприємства, теорії управління, економічної діагностики, фінансового менеджменту, маркетингу та інших економічних наук. Основоположне завдання теорії потенціалу – це визначення напряму розвитку виробничого та ринкового процесів на підприємстві для забезпечення ефективної цілеспрямованої діяльності та отримання доходу. Потенціал підприємства є економічною категорією, яка характеризує теоретичний аспект, методичну основу, базу розуміння, систему економічних показників виробничого та ринкового процесу підприємств та їхньої оціночної діяльності в конкурентному середовищі.

Література

1. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 316с.
2. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства, формування та оцінка / Н. С. Краснокутська – Київ: Центр навчальної літератури, 2005.-352с.
3. Бачевський Б.Є., Потенціал і розвиток підприємства / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблотська, О. О. Решетняк. – К.: Центр учбової літератури, 2009.- 400с.
4. Мельник Л.Г. Социально-экономический потенциал устойчивого развития./ Л.Г. Мельник, Л.Хенс . – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2007.-1120с.
5. Задоя А.А. Народнохозяйственный потенциал и интенсивное воспроизводство / А. А. Задоя. – Киев – Донецк.: головное издательство издательского объединения «Вища школа», 1986. – 154 с.
6. Балацкий О.Ф. Экономический потенциал административных и производственных систем / О.Ф. Балацкий. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2006. – 973 с.
7. Кіндзерський Ю.В. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій / Ю. В. Кіндзерський. – К.: Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2007-408с.
8. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия/ Е.В. Попов – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2002.-559 с.
9. Балабанова Л.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства / Л. В. Балабанова, Р. В. Мажинський.-К.: ВД «Професіонал», 2006.-362с.
10. Лапин Е. В. Оценка экономического потенциала предприятия / Е. В. Лапин. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2004. – 360 с.
11. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: Монография. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 310 с.
12. Афанасьев М.Б. Економічна діагностика /М. Б. Афанасьєв, Г. В. Білоконенко. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 296 с.
13. Должанський І. З. Управління потенціалом підприємства / Т. О. Загорна, О. О. Удалих, І. М. Герасименко, В. М. Ращупкіна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.-362с.
14. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.