

УДК 658.012

Шляхи розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства

Погорелов Ю.С., Лейко К.А.

Погорелов Юрій Сергійович, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку і аудиту Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка. **Лейко Катерина Андріївна**, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри менеджменту та адміністрування Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. **Шляхи розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства.** Розглянуто поняття потенціалу та розвитку. На основі встановлених ключових орієнтацій підприємства та можливих конкурентних переваг визначено та описано пріоритети розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства та розглянуто можливість їхньої спільної реалізації. Представлено передумови вибору кожного з визначених пріоритетів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства. Запропоновано та описано методи, що можуть бути використані для такого розвитку.

Ключові слова: потенціал, розвиток, аксіома, пріоритет, конкурентна перевага, сегмент, передумови, метод.

Пути развития социально-экономического потенциала предприятия

Погорелов Ю.С., Лейко Е.А.

Погорелов Юрий Сергеевич, доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой учета и аудита Полтавского национального технического университета имени Юрия Кондратюка. **Лейко Екатерина Андреевна**, кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента и администрирования Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля. **Пути развития социально-экономического потенциала предприятия.** Рассмотрены понятия потенциала и развития. На основе определенных ключевых ориентаций предприятия и возможных конкурентных преимуществ определены и описаны приоритеты развития социально-экономического потенциала предприятия и рассмотрена возможность их совместной реализации. Представлены предпосылки выбора каждого из определенных приоритетов развития социально-экономического потенциала предприятия. Предложены и описаны методы, которые могут быть использованы для такого развития.

Ключевые слова: потенциал, развитие, аксиома, приоритет, конкурентное преимущество, сегмент, предпосылки, метод

Ways of development of enterprise social economical potential

Pogorelov Y.S., Leyko K.A.

Pogorelov Yuriy Sergiyovich, doctor of economy, associate professor, head of chair of accounting and audit of Poltava Yuriy Kondratyuk National technical university. **Leyko Katerina Andriivna**, PhD on economy, senior lecturer of chair of management and administering of East Ukrainian Volodimir Dahl National university. **Ways of development of enterprise social economical potential.** Notions of potential and development are considered. Basing on defined key orientations of an enterprise and available competitive advantages priorities of development of social economical potential are described. Ability of their cooperative execution is analyzed. Preconditions of choosing every defined priorities of development of enterprise social economical potential are considered. Methods that can be used to develop enterprise social economical potential are suggested and described.

Keywords: potential, development, axiom, priority, competitive advantage, segment, preconditions, method

Постановка проблеми. Довгострокове успішне існування підприємства потребує певної ресурсної та компетенційної основи, вдалого поєднання наявних ресурсів, гармонійного їхнього зростання тощо. Сукупність ресурсів та компетенцій підприємства є уособленою у його потенціалі. Традиційно виділяють різні види потенціалу підприємства: виробничий, фінансовий, комунікаційний, трудовий, управлінський, маркетинговий, інноваційний тощо [16], й кожен з таких видів потенціалу представляє інтерес та цінність для успішного функціонування підприємства. Одним з важливих видів потенціалу підприємства є його соціально-економічний потенціал, який об'єднує в собі ресурси та можливості підприємства не тільки суто економічної, але й соціальної природи. Розвиток такого потенціалу підприємства дозволяє створити міцний фундамент успішного функціонування підприємства, протидії зовнішнім загрозам, успіху у конкурентній боротьбі. Отже, пошук шляхів розвитку соціально-економічного потенціалу представляє істотний інтерес.

Аналіз досліджень і публікацій. Використання понять потенціалу підприємства та розвитку такого потенціалу потребує певного уточнення термінологічного апарату. Поняття потенціалу підприємства та розвитку в цілому є усталеними, мають своє трактування у науці.

Проблематика потенціалу підприємства привертає увагу науковців вже певний час, й на сьогодні значна частина питань з цього приводу є вже вирішеною. Термін "потенціал" (від латинського слова *potentia*) звичайно трактується як "сила", "міць"[16]. Поняття потенціалу підприємства має більш вузьке, але разом із тим конкретизоване значення: під потенціалом підприємства прийнято розуміти сукупність показників або факторів, що характеризують його силу, джерела, можливості, засоби, запаси, здатності, ресурси й багато інших виробничих резервів, які можуть бути використані в економічній діяльності [3,4]. У більш широкому розумінні поняття потенціалу використовується для характеристики засобів, запасів та джерел, які можуть бути використані для вирішення певного завдання або досягнення певної цілі, а також для можливостей окремої особи, суспільства, держави [1]. Іноді поняття потенціалу розглядається не з точки зору скупності ресурсів, а з точки зору факторів, які формують результат діяльності підприємства, або певних можливостей в діяльності підприємства. У такому разі під потенціалом підприємства розуміють сукупність факторів, які характеризують силу, джерела, спроможності, кошти, запаси, ресурси та інші резерви, які можуть бути використані в економічній діяльності [17, с. 1058]. Отже, поняття потенціалу отримало своє достатнє висвітлення у сучасних наукових напрацюваннях, зокрема дослідженими є різні види потенціалу підприємства [4,6,20], вирішення отримали питання потенціалу підприємства як основи для впровадження змін [3 управління потенціалом підприємства та його формування [6,20] та його оцінки [8,15], розвитку потенціалу підприємства [7,16].

Поняття розвитку також є доволі висвітленим. Зазвичай, розвиток пов'язують із позитивною динамікою, позитивними змінами, покращанням, удосконаленням, набуттям нових можливостей, якостей тощо. Існуючі точки зору щодо розуміння розвитку як загальнонаукової категорії представлені у табл. 1

Таблиця 1

Підходи до розуміння розвитку як загальнонаукової категорії

Автор	Визначення розвитку як загальнонаукової категорії
Енциклопедичний словник [21, с. 453]	Вищий тип руху зміни матерії і свідомості; перехід від одного якісного стану до іншого; від старого до нового
В.О. Василенко [2, с. 117]	Придбання нової якості, що зміцнює життєдіяльність в умовах мінливого середовища
Б.Л. Кучин [9, с. 52]	Сукупна зміна у взаємозв'язку кількісних, якісних і структурних категорій у системі; структурні зміни – це зміни співвідношення складових частин, які не завжди супроводжуються збільшенням або зменшенням кількості та якості елементів системи
Дж. Лафта [11, с. 156]	Незворотня, спрямована, закономірна зміна матерії та свідомості. Зміна стану системи на інший, кращий, більш ефективний або більш доцільний, безповоротна, спрямована, закономірна зміна матерії та свідомості

Варто зазначити, що, безумовно, розуміння розвитку принципово не вичерпується представленими у табл. 1 визначеннями, але вони дозволяють окреслити зміст цього поняття.

Попри наявність напрацювань щодо потенціалу підприємства, зокрема його створення та оцінки [7,15] ідеї щодо розвитку потенціалу підприємства, зокрема його соціально-економічного розвитку, достатнього висвітлення майже не отримали. Тому **мета статті** полягає в окресленні шляхів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства

Викладення основного матеріалу статті. Будь-яке дослідження явно або неявно базується на певних аксіоматичних твердженнях. Уточнення таких тверджень дозволяє зробити дослідження більш логічним та верифікованим й згідно методології І. Лакатоса [10] дозволяє адаптувати

отримувані результати до змінюваних умов дослідження або у разі спростування апріорної основи змінювати парадигмальну основу такого дослідження із формуванням змістово нових висновків у нових умовах. Як аксіоматичні основи дослідження приймемо такі:

соціально-економічний потенціал підприємства об'єктивно існує (аксіома існування)

соціально-економічний потенціал підприємства не є статичним (аксіома можливості розвитку)

керівні органи підприємства мають можливість здійснювати управлінський вплив на соціально-економічний потенціал підприємства (аксіома керованості)

соціально-економічний потенціал підприємства постає основою для подальших результатів підприємства, фундаментом його конкурентоспроможності, основним ресурсом для майбутніх результатів підприємства (аксіома причинності).

Визначені аксіоми, які в контексті даного дослідження мають презумпційний характер, є фундаментом для подальших розробок. Визнання таких аксіом дозволяє розглядати соціально-економічний потенціал підприємства як об'єкт управління, як об'єкт розвитку і є підґрунтям для подальших розробок щодо шляхів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства.

Аналіз розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства потребує пошуку відповідей на питання, якими є пріоритети такого розвитку, та якими є конкретні шляхи, за допомогою яких підприємство має можливість здійснювати розвиток свого соціально-економічного потенціалу.

Пріоритети розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства пропонується визначити на основі поєднання ключових орієнтацій підприємства за Д. Гараєдагі [5], якими виступають продукт,

технологія та ринок, та ключових конкурентних переваг, які були визначені ще М. Портером (концентрація, диверсифікація, лідерство за ціною) [12,13]. Доцільність поєднання ключових орієнтацій та конкурентних переваг зумовлена тим, що ключова орієнтація визначає першочерговий об'єкт уваги в управлінні підприємством (та, у тому числі, у формуванні його потенціалу), а конкурентна перевага визначає форму досягнення лідерства. Варто підкреслити, що погляд на можливий вибір конкурентних переваг в теорії менеджменту принципово не обмежується ідеями М. Портера, але інші існуючі напрацювання, наприклад М. Трейсі, та Ф. Вірсеми [18], але принципово такі напрацювання вже повторюють ідею М. Портера щодо окремих конкурентних переваг підприємства.

Поєднання у матричній формі ключових орієнтацій підприємств за Д. Гараєдагі та ключових конкурентних переваг за М. Портером дозволяє у матричній формі визначити можливі пріоритети розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства (рис. 1). Таких пріоритетів можна виділити дев'ять за кількістю сегментів у визначеній матриці.

Ключова орієнтація підприємства	Ринок	I	II	III
	Продукт	IV	V	VI
	Технологія	VII	VIII	IX
		Концентрація	Диверсифікація	Лідерування за ціною/витратами

Ключова конкурентна перевага

Рис. 1. Пріоритети розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства

Опис виділених дев'яти сегментів матриці вибору пріоритетів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства поданий в табл. 2. Безумовно, вибір сегменту у побудованій матриці є свідомими управлінським рішенням, яке базується на використанні певних аргументів. Більш того, за однакових первинних умов функціонування підприємства можливим є вибір різних пріоритетів.

Таблиця 2
Опис пріоритетів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства

№	Назва сегменту	Характеристика пріоритету розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства
I	Концентрація на ринку	Зусилля є зосередженими на максимальне проникнення, закріплення на лідирування на одному географічному або продуктовому ринку (або незначній їхній кількості), знання та виконання потреб споживачів, індивідуальну роботу зі споживачами. Всі елементи потенціалу підприємства орієнтовані на закріплення та домінування на конкретному ринку
II	Диверсифікація ринків	Зусилля є зосередженими на збільшенні кількості ринків (географічних або продуктових), на яких є представленою продукція підприємства. Всі елементи потенціалу підприємства орієнтовані на зростання кількості ринків, збільшення комунікацій та готовності працювати на таких ринках.
III	Лідирування за ціною витратами на ринку	Зусилля є зосередженими на мінімізації ціни присутності на конкретному ринку та витрат на ньому (такі витрати мають трансакційний характер). Всі елементи потенціалу підприємства орієнтовані на максимальне здешевлення присутності підприємства на ринку, а також на забезпечення мінімальної ціни продукції на даному ринку
IV	Концентрація на продукті	Зусилля є зосередженими на максимальному удосконаленні продукту, часто незважаючи на понесені витрати, намагання зробити продукт найкращим у цій ніші. Всі елементи потенціалу підприємства орієнтовані на всебічне покращання продукту та забезпечення його довершеності
V	Диверсифікація продукту	Зусилля є зосередженими на максимальній гнучкості продукції підприємства з точки зору її різноманіття, орієнтації на різні групи споживачів. Всі елементи потенціалу підприємства орієнтовані на забезпечення продуктової лінійки
VI	Лідирування за ціною/ витратами у виробництві продукту	Зусилля є зосередженими на мінімізації вартості одиниці продукції та забезпечення її мінімальної ціни. Всі елементи потенціалу підприємства орієнтовані на здешевлення продукції, зменшення її собівартості

VII	Концентрація на технології	Зусилля є зосередженими на максимальному удосконаленні використовуваної технології або впровадженні нової технології. Всі елементи потенціалу підприємства орієнтовані на забезпечення високого технологічного рівня підприємства
VIII	Диверсифікація технологій	Зусилля є зосередженими на максимальній гнучкості та варіабельності використовуваної технології, можливості її адаптації під потреби підприємства. Всі елементи потенціалу підприємства орієнтовані на забезпечення необхідного для використання пакету технологій.
IX	Лідерування за ціною/витратами у використанні технології	Зусилля є зосередженими на мінімізації затрат підприємства щодо використовуваної технології, мінімізацію капітальних витрат. Всі елементи потенціалу підприємства орієнтовані та здешевлення використовуваної технології

Слід тільки підкреслити, що часто, але не завжди цей вибір є одиничним – отже, вибрати більш, ніж один пріоритет розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства не завжди доцільно, оскільки такі пріоритети є мало сумісними з точки зору подальшого використання ресурсів підприємства та управлінських пріоритетів у поточному управлінні. Більш повно можливість суміщення різних пріоритетів в розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства представлена на рис. 2. Сформована матриця є зворотно-симетричною, отже заповнена тільки верхня половина матриці.

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
I	*	–	–	+	+	–	*	+	–
II		*	–	–	*	+	+	*	+
III			*	+	–	–	+	–	–
IV				*	–	–	+	*	–
V					*	–	+	–	–
VI						*	+	–	–
VII							*	–	–
VIII								*	–
IX									*

Рис. 2. Можливість суміщення пріоритетів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства

Примітка до рис. 2: «–» – пріоритети розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства є несумісними; «+» – можливий спільний вибір пріоритетів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємств; «*» – пріоритети розвитку соціально-економічного

потенціалу підприємства є принципово сумісними, але більш доцільним є вибір одного з визначених пріоритетів.

Втім, можна виділити типові передумови вибору кожного з сегментів, які будуть представлені певними характеристиками та умовами діяльності підприємства (табл. 3). Наявність таких характеристик та умов діяльності не зобов'язує підприємство вибрати пріоритет розвитку соціально-економічного потенціалу, але створює передумови для такого вибору.

Таблиця 3
Опис передумов вибору пріоритетів розвитку
соціально-економічного потенціалу підприємства

№ сегменту	Назва сегменту	Характеристика передумов вибору сегменту для підприємства
I	Концентрація на ринку	Недостатність ресурсів підприємства для виходу на інші ринки, неможливість досягнення інших ринків внаслідок певних факторів, вузький глобальний ринок, можливість досягнення лідерських позицій на географічному сегменті ринку, спеціалізований характер продукції підприємства
II	Диверсифікація ринків	Достатній обсяг ресурсів підприємства, його виробничих можливостей тощо для забезпечення присутності на декількох ринках, універсальність продукції підприємства або її пристосовуваність до різних умов.
III	Лідерування за ціною/витратами на ринку	Доступ до дешевих ресурсів, масовий характер виробництва та споживання продукту підприємства, великі обсяги виробництва типової продукції
IV	Концентрація на продукті	Наявність сталої довгострокової репутації, якість продукту як ключова умова споживацького вибору, наявність платоспроможного попиту у вибраній групі продукту, важливість емоційної компоненти у виборі споживача
V	Диверсифікація продукту	Варіабельність продукту як ключова умова споживацького вибору, різні кластери споживачів продукту із різною платоспроможністю
VI	Лідерування за ціною/витратами у виробництві продукту	Низька ціна продукту як ключова умова споживацького вибору, обмежено платоспроможний попит на продукцію, тотожність продукції різних виробників за функціональними ознаками, раціональна поведінка споживача
VII	Концентрація на технології	Доступ до довершених технологій. Можливість впроваджувати на використовувати технологічно нове

		обладнання. Наявність ресурсів (фінансових та людських) для впровадження нових технологій
VIII	Диверсифікація технологій	Наявність ресурсів та обладнання для використання різних технологій. Географічна розосередженість підприємства, яка дозволяє вигравати на трансфері технологій
IX	Лідерування за ціною/витратами у використанні технології	Володіння досконалою або унікальною неімітованою технологією, яка дозволяє забезпечувати мінімальну величину витрат виробництва

У складі пріоритетів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства свідомо не вказаний персонал підприємства та знання такого персоналу, хоча саме для соціально-економічного потенціалу підприємства персонал підприємства та його знання є ключовими ресурсами. Але ситуація полягає в тому, що, з одного боку, персонал підприємства та його знання є не самоцінністю, а інструментом реалізації інших цілей підприємства, максимізації його прибутку та підтримки конкурентоспроможності. З іншого боку, незалежно від вибраних пріоритетів соціально-економічного розвитку підприємства розвивати персонал підприємства, підвищувати його кваліфікацію є обов'язковим. Отже, в такій ситуації розглядати персонал підприємства та його знання як альтернативні орієнтири розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства просто некоректно: незалежно від обраного пріоритету розвитку такого потенціалу все одно розвивати персонал підприємства буде доцільним та виправданим.

Після аналізу пріоритетів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства доцільно приділити увагу методам такого розвитку. Безумовно, питання методів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства заслуговує на своє більш докладне вирішення, але у першому наближенні до таких методів можна прирівняти способи розвитку підприємства, які розглянуті у [12]. Безумовно, ототожнювати

способи розвитку підприємства та методи розвитку його соціально-економічного потенціалу не можна, тому з загального переліку способів розвитку, які представлено у [12] вибрано тільки ті, які можуть розглядатися як методи розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства. Зрозуміло, що такі методи не є універсальними стосовно визначених пріоритетів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства, й для кожного з визначених пріоритетів кожен метод є доцільним більшою або меншою мірою. Доцільність використання виділених методів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства для різних пріоритетів такого розвитку подана в табл. 4.

Таблиця 4
Доцільність використання методів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства для окремих пріоритетів такого розвитку

№ з/п	Метод розвитку ¹	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
1	Бенчмаркінг	++	++	++	-	+	++	-	-	-
2	Аутсорсинг	++	+	+	-	+	+	-	+	+
3	6 сигма	-	-	-	+	-	++	++	-	+
4	Формування ланцюга нарощування цінності продукції	+	+	+	++	+	+	-	-	-
5	Операції цільового злиття-поглинання	++	++	-	-	+	??	+	+	+
6	Формування системи стосунків із клієнтами	++	++	-	??	++	??	-	-	-
7	Інтеграція ланцюжка постачань	++	+	++	-	+	-	-	-	-
8	Тотальне управління якістю	-	-	-	++	++	++	++	++	-
9	Формування стратегічних альянсів та інтеграційних об'єднань	++	++	+	+	+	-	+	+	-

¹ На основі [12]

10	Реінжиніринг бізнес-процесів	-	-	-	++	+	++	++	??	+
11	Управління знаннями	+	-	-	++	+	??	++	++	+
12	Впровадження системи "Бережливе виробництво"	-	-	+	+	-	++	++	-	++
13	Франчайзинг	++	??	??	++	??	-	+	-	+

Примітка до табл.4: «-» – використання даного методу для даного пріоритету розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства є недоцільним або невиправданим; «+» – використання даного методу для даного пріоритету розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства є можливим та перспективно доцільним; «++» – використання даного методу для даного пріоритету розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства є виключно доцільним; «??» – апіорно визначити доцільність використання даного методу для даного пріоритету розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства не представляється можливим.

На основі табл. 4 для кожного з сегментів у сформованій матриці пріоритетів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства визначено ті методи, використання яких є найбільш доцільним. Слід підкреслити, що згідно табл. 4 можливим є й використання інших методів, але на рис. 2 представлені тільки найбільш доцільні для кожного з сегментів матриці методи.

Ключова орієнтація підприємства	Ринок	I Бенчмаркінг, аутсорсинг, операції цільового злиття-поглинання, формування системи стосунків із клієнтами, інтеграція ланцюжка постачань, формування стратегічних альянсів та інтеграційних об'єднань, франчайзинг	II Бенчмаркінг, операції цільового злиття-поглинання, формування системи стосунків із клієнтами, формування стратегічних альянсів та інтеграційних об'єднань	III Бенчмаркінг, інтеграція ланцюжка постачань
	Продукт	IV Формування ланцюга нарощування цінності продукції, тотальне управління якістю, реінжиніринг бізнес-процесів, управління знаннями, франчайзинг	V Формування системи стосунків із клієнтами, тотальне управління якістю	VI Бенчмаркінг, 6 сигма, тотальне управління якістю, реінжиніринг бізнес-процесів, впровадження системи "Бережливе виробництво"

Технологія	VII 6 сигма, тотальне управління якістю, , реінжиніринг бізнес-процесів, управління знаннями, впровадження системи "Бережливе виробництво"	VIII Тотальне управління якістю, управління знаннями	IX Впровадження системи "Бережливе виробництво"
	Концентрація	Диверсифікація	Лідерування за ціною/витратами
Ключова конкурентна перевага			

Рис. 2. Вибір методів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, яка загальний висновок слід сказати таке: соціально-економічний потенціал підприємства заслуговує на свій розвиток. Такий розвиток пропонується здійснювати на основі визначених та описаних його пріоритетів з урахуванням запропонованих методів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства. Як напрям подальших досліджень, слід зазначити створення конкретних механізмів та алгоритмів розвитку соціально-економічного потенціалу підприємства.

Список використаних джерел

1. Бизнес: Оксфордский толковый словарь. Англо-русский. – М.: Прогресс-академия, РГГУ, 1995. – 734 с.
2. Василенко В. А. Организационно-циклическая и структурно-функциональная модели развития организации / В. А. Василенко // Культура народов Причерноморья. — 2004. — №88. — С. 100 – 107.
3. Воронков Д.К. Потенціал підприємства як основа реалізації змін в його діяльності / Д. К. Воронков // Культура народов Причерноморья. — 2010. — № 195. — С. 41–44.
4. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А. Э.Воронкова. — Луганськ: изд-во ВНУ им. В. Даля, 2000. — 310 с.

5. Гараедаги Дж. Системное мышление. Как управлять хаосом и сложными процессами. Платформа для моделирования архитектуры бизнеса / Джамшид Гараедаги ; пер. с англ. Е. И. Недбальской ; науч. ред. Е. В. Кузнецова. — Минск : Гревцов Букс, 2010. — 480 с.
6. Иванов Н.И. Экономические аспекты производственного потенциала. Теория и практика. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2000. – 420 с.
7. Касьянова Н.В. Основы развития потенциала предприятия в современных условиях // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности: Сб. науч. тр. Т.2. -Донецк: ИЭП НАН Украины, 2004.- с.139-148.
8. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посібн.] / Н. С. Краснокутська. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 352 с.
9. Кучин Б. Л. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость / Б. Л. Кучин, Е. В. Якушева. — М.: Экономика, 1990. — 214 с.
10. Лакатос И. Методология исследовательских программ / И. Лакатос ; пер. с англ. — М.: АСТ: ЕРМАК, 2003. — 380 с.
11. Лафта Дж. К. Теория организации : [учебн. пособ.] / Джавад Кадем Лафта. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. — 416 с.
12. Погорелов Ю.С. Природа, рушійні сили та способи розвитку підприємства / Ю.С. Погорелов. – Харків: АдвАтм, 2010. — 352 с.
13. Портер М. Е. Конкуренція / М. Е. Портер. — СПб., М., К.: ИД "Вильямс", 2000. — 450 с.
14. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Е. Портер — М. : "Альпина Бизнес Букс", 2005. — 715 с.

15. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посіб.] / [Федонін О. С., Рєпіна І. Н., Олексюк О. І.]. — К.: КНЕУ, 2004. — 316 с.
16. Розвиток потенціалу підприємства в умовах економіки знань : [монографія] / за заг. ред. А.Е. Воронкової та Ю.С. Погорелова. — Луганськ: Глобус, 2012. — 541 с.
17. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. Прохоров А.М. — М.: Советская энциклопедия, 1989. — 1632 с.
18. Трейси М. Маркетинг ведущих компаний. Выбери потребителя, определи фокус, доминируй на рынке / М. Трейси, Ф. Вирсема. — СПб. : Диалектика-Вильямс, 2007. — 304 с.
19. Трунина И. М. Формирование стратегии "продукт – технология – рынок" с учетом зон риска / И. М. Трунина // Вісник Східноукраїнського державного університету. — 1997. — № 3 (7). — С. 79 – 82.
20. Хомяков В.І., Вяткіна Т.Г., Вяткін П.С. Формування конкурентоспроможності підприємницького потенціалу підприємств (теоретичні аспекти) // Прометей. Рег. зб. наук праць з економіки. — Донецьк: ДЕГІ, 2006. — № 1(19). — С. 163-166.
21. Энциклопедический словарь / [гл. ред. Б. А. Введенский]. Т. 2. — М.: Советская энциклопедия, 1964. — 736 с.