

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ НАРОЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА*

Павлов Костянтин Володимирович

докт. екон. наук, професор
завідувач кафедри підприємництва і менеджменту
Волинський національний університет імені Лесі Українки
вул. Винниченка, 28, м. Луцьк, Україна, 43000
e-mail: pavlov.kostiantyn@vnu.edu.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2583-9593>

Павлова Олена Миколаївна

докт. екон. наук, професор
завідувач кафедри економіки та природокористування
Волинський національний університет імені Лесі Українки
вул. Винниченка, 28, м. Луцьк, Україна, 43000
e-mail: pavlova.olena@vnu.edu.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8696-5641>

Шостак Людмила Василівна

канд. екон. наук, доцент
доцент кафедри підприємництва та маркетингу
Волинський національний університет ім. Лесі Українки
вул. Винниченка, 28, м. Луцьк, Україна, 43000
e-mail: Shostak.ludmyla@vnu.edu.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8786-9582>

Романюк Дарина Анатоліївна

студентка спеціальності «Підприємництво
торгівля та біржова діяльність»
Волинський національний університет ім. Лесі Українки
вул. Винниченка, 28, м. Луцьк, Україна, 43000
e-mail: naukoviyy@icloud.com

У статті розглянуто та узагальнено визначення категорії «економічний потенціал», запропоноване авторське трактування даної дефініції. Наведено теоретичні аспекти стратегічного нарощення економічного потенціалу підприємств. Економічний потенціал підприємства є невід'ємною складовою загального потенціалу будь-якої економічної системи. Економічна ситуація в країні в останні роки все більше сприяє збільшенню досліджень саме в контексті розвитку економічного потенціалу. Однозначного трактування даної дефініції звичайно немає оскільки скільки науковців – стільки й думок та підходів. Досить багато вчених рекомендують здійснювати дослідження економічного потенціалу як на макро, так і на мікрорівні, що дозволить врахувати не лише чинники розвитку самого бізнесу та його ресурсне забезпечення, але й ступінь впливу на нарощення потенціалу зовнішніх чинників та оцінити наслідки.

Ключові слова: потенціал, економічний потенціал, стратегія, стратегічне нарощення, фінансовий потенціал, інноваційний потенціал.

Постановка проблеми. Останні роки свідчать, що вітчизняні підприємства досить часто неспроможні протистояти впливу зовнішніх чинників в силу того, що просто не володіють чіткою та достовірною інформацією про стан та резерви нарощення його потенціалу. Забезпечення економічного зростання бізнесу або як мінімум стабілізація його діяльності вимагає використання

ринкових механізмів, узгодженого вирішення завдань, формування реальних стратегічних цілей. Саме в цих процесах ресурси відіграють досить важливу роль, особливо в умовах їх обмеженості. Все це створює значну низку проблем, оскільки пріоритетним стає обґрунтування ресурсних можливостей бізнесу та стратегічних напрямів їх нарощення.

* **Cite as:** Pavlov, K., Pavlova, O., Shostak, L., Romanyuk, D. (2021). Strategic Directions of Growing the Economic Potential of the Enterprise, *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism.* 14, 90-95. (in Ukrainian). <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-09>

Відповідно актуальності набувають питання не лише правильної комплексної оцінки потенціалу підприємства, але й на її основі розроблення шляхів економічного зростання підприємств і нарощення їх економічного потенціалу.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення стратегічних напрямів нарощення економічного потенціалу на вітчизняних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однозначно що насамперед варто розглянути трактування економічного потенціалу, наведеного в Академічному тлумачному словнику. Економічний потенціал – це сукупність економічних можливостей держави (або об'єднання держав), які можуть бути використані для забезпечення всіх матеріальних потреб (виробництва, оборони, особистих потреб населення і т. ін.) [1, 3].

Варто зазначити, що на нашу думку, економічний потенціал необхідно розглядати, виходячи з двох загальноприйнятих концепцій формування та оцінювання загального потенціалу бізнесу – ресурсної та результатної [2, 4]. Саме такі підходи розкриють зміст економічного потенціалу на мікрорівні.

Однозначно, що саме даний підхід до визначення сутності економічного потенціалу розділи вчених-дослідників даної дефініції на прихильників однієї з зазначених концепцій.

О.В. Березін [5] дає наступне визначення: економічний потенціал підприємства – це здатність підприємства забезпечити отримання стабільного прибутку на основі задоволення потреб споживачів, за внутрішніх та зовнішніх обмежень з урахуванням можливості розвитку підприємства.

Л.В. Коваль [7] визначає економічний потенціал підприємства як сукупність наявних ресурсів та можливостей їх трансформувати, щоб досягти економічних вигод. Вона пропонує виділяти такі елементи економічного потенціалу підприємства: трудовий, виробничий, фінансовий, інноваційний та інформаційний потенціали.

Є. В. Лапін [9, с. 27] трактує економічний потенціал – як сукупні можливості підприємства визначати, формувати та максимально задовольняти потреби споживачів у товарах та послугах у процесі оптимальної взаємодії з навколишнім середовищем та раціональним використанням ресурсів.

На думку Чумаченко М.Г. економічний потенціал визначається як «відносини, що виникають на підприємстві з приводу досягнення максимально можливого фінансового результату за умови [12, с. 204]:

- наявності власного капіталу, достатнього для виконання умов ліквідності і фінансової стійкості;
- можливості залучення капіталу, в обсязі необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проектів;

- рентабельності вкладеного капіталу;
- наявності ефективної системи керування фінансами, що забезпечує прозорість поточного і майбутнього фінансового стану».

Ми вважаємо, що економічний потенціал – це можливості підприємства в комплексному поєднанні та використанні всіх видів ресурсів для здійснення ефективної та прибуткової діяльності, в межах генеральної стратегії розвитку бізнесу. На нашу думку, потенціал – це здатність підприємства мобілізувати свої ресурси та компетенції у ході здійснення своєї діяльності з метою досягнення стратегічних цілей, реалізації обраної стратегії та забезпечення відповідного рівня розвитку. Основною формою потенціалу підприємства є його ресурси.

Заслугове уваги ствердження щодо формування економічного потенціалу підприємства Б.Є. Бачевського, І.В. Заблудської та О.О. Решетняка як «процес створення нового або удосконалення існуючого носія таким чином, щоб властивості кожного з його окремих функціональних елементів забезпечували максимальне використання властивостей усіх інших елементів, а їх сукупність надавала нову властивість підприємству як цілісному об'єкту в умовах обмежень зовнішнього середовища» [3, с. 66].

При формуванні економічного потенціалу підприємства необхідно інтегрувати різні компетенції таким чином, щоб результат був максимально позитивним [6, 8]. Отже, на формування економічного потенціалу впливають наступні елементи:

- імідж бізнесу – інформація про підприємство, яка надається сторонніми особами чи засобами масової інформації, але яка формує ставлення оточуючого середовища до певного бізнесу;
- зовнішнє та внутрішнє середовища – все, що оточує підприємство та прямо або опосередковано впливає на його діяльність (конкуренти, посередники, постачальники, клієнти, працівники, фінансові ресурси, основні засоби, тощо);
- власні чинники, що дають перевагу – всі фактори, що дозволяють підприємству займати панівне становище та ринку та диктувати свої правила (монопольне становище, ексклюзивність продукції чи діяльності), що дозволяє в довгостроковій перспективі зберігати лідируючі позиції;
- інноваційна діяльність – використання інноваційних методів управління, виробництва чи організації діяльності, які враховують потреби клієнтів та зміни у їх уподобаннях.

Варто зазначити, що виходячи з мети формування економічного потенціалу визначається і його структура [14]. Нами пропонується наступна структура економічного потенціалу бізнесу:

1) фінансовий потенціал – потенціал активів, інвестиційний та кредитний потенціал;

2) кадровий потенціал – трудові ресурси, персонал підприємства, демографічний потенціал, індивідуальний потенціал працівника, кваліфікаційний та інтелектуальний потенціал тощо;

3) виробничо-технологічний потенціал – потенціал основних засобів та виробництва, техніко-технологічний та ресурсний потенціал, потенціал НТП;

4) управлінський потенціал – організаційний потенціал, потенціал структури управління тощо.

Саме формування та реалізація економічного потенціалу практично без системи його правління не принесе підприємству ніяких результатів. Саме ефективне управління сприятиме не лише нарощенню економічного потенціалу, а й пошуку резервів до його підвищення.

Рівень стратегічного економічного потенціалу дає можливість правильного формування ефективної зовнішньої політики на ринку та забезпечення позицій лідера в галузі [10].

Як правило, для формування стратегії підвищення економічного потенціалу підприємства насамперед варто створити дерево цілей, яке дасть можливість для визначення типу стратегічного розвитку бізнесу.

Розглянемо основні напрями розвитку стратегії формування економічного потенціалу бізнесу з позицій основних видів потенціалу:

1) з позиції виробничо-технологічного потенціалу – стратегічний розвиток повинен враховувати безупинну доставку сировини та матеріалів на робочі місця, використання нового обладнання для удосконалення виробничого процесу, і як наслідок – зменшення собівартості;

2) з позиції маркетингового потенціалу – перспективна стратегія повинна забезпечувати підвищення якості продукції, збільшення потенційних клієнтів, розширення асортименту продукції, ефективна боротьба з конкурентами, підвищення доступності продукції чи послуг для споживачів;

3) з позиції управлінсько-інвестиційного потенціалу – стратегія підвищення рівня економічного потенціалу повинна враховувати особливості типу управління підприємством, визначати умови та способи залучення інвесторів для розширення діяльності та сфер впливу бізнесу;

4) з позиції фінансового потенціалу – стратегія повинна оптимізувати шляхи розподілу прибутку, створювати умови для підвищення платоспроможності та фінансової стійкості, підвищувати рівень економічної привабливості бізнесу.

Першочерговою метою при формуванні стратегії нарощення економічного потенціалу є

забезпечення високого перспективного рівня його розвитку. Проте, при визначенні та забезпеченні високого рівня економічного потенціалу вітчизняні підприємства стикаються зі значною кількістю перешкод, які виникають як під впливом зовнішнього середовища, так і в процесі господарсько-виробничої діяльності. Варто зауважити, що при правильному формуванні стратегії розвитку зазначені перешкоди можна мінімізувати завдяки комплексному дослідженні виробничого, фінансового, маркетингового логістичного інвестиційного та інших видів потенціалів бізнесу.

Розглянемо види стратегій, які вчені рекомендують для використання при нарощенні економічного потенціалу бізнесу:

- стратегія фінансування – забезпечує узгодження основних принципів фінансування основних напрямів діяльності підприємства, визначення способів та джерел фінансування, розроблення схем оптимізації структури основного та позикового капіталу, бюджетування основних напрямів діяльності підприємства;

- стратегія інвестування - визначає інвестиційний клімат підприємства, розробляє структуру джерел інвестування, вибір напрямів інвестування;

- стратегія розподілу прибутку – включає напрями розподілу прибутку підприємства, формування оптимальної структури розподілу, напрями спрямування прибутку на розширення бізнесу та мотивації працівників. Дана стратегія направлена як правило на посилення конкурентних позицій, нарощення економічного потенціалу на основі двох попередніх стратегій.

Досить часто на підприємстві існує низка перешкод, що заважають реалізації вибраної стратегії нарощенню економічного потенціалу. На нашу думку, перешкодами варто вважати низьку інвестиційну спроможність, відсутність власних розробок НТП, неспроможність керівництва підприємством приймати виважені та обґрунтовані рішення. При несприятливому інвестиційному кліматі та фінансовій платоспроможності підприємство не зможе підвищити свій виробничо-технологічний потенціал, що в свою чергу не дозволить нарощувати потенціал бізнесу.

Тому, при формування стратегії нарощення економічного потенціалу підприємства, особливо важливо не пропустити аналіз його стратегічного потенціалу.

Стратегія, яка розроблена без професійного обґрунтування не те що дасть нарощення потенціалу, а взагалі може призвести до негативних та непередбачуваних наслідків діяльності підприємства. Відповідно кожна стратегія нарощення загального економічного потенціалу або ого складових повинна бути обґрунтована фахівцями.

При формуванні стратегії нарощення економічного потенціалу не варто за основну мету брати максимізацію позитивного результату діяльності, оскільки така кінцева ціль не завжди здатна забезпечити високий рівень конкурентоспроможності бізнесу. Ситуація на ринку і місце на ньому підприємства щодня змінюється під дією зовнішніх та внутрішніх чинників, що відповідно вимагає постійного редагування стратегії розвитку. Відповідно керівникам підприємств варто акцентувати увагу не на максимізації кінцевого результату, а на довгостроковому забезпеченні постійного розвитку виробничо-господарської діяльності. Саме в даному контексті необхідно не забувати про синергічність кінцевих результатів оскільки розмір кінцевого прибутку прямо пропорційно залежить від зниження ризику здійснення діяльності.

Правильно обрана стратегія підприємства відбувається завдяки визначені перспективних факторів діяльності підприємства на основі оцінювання його виграшних можливостей і здійснення прогнозів розвитку зовнішнього середовища. Стратегія підприємства повинна постійно уточнюватись та удосконалюватись відповідно до змін на підприємстві, адже зовнішнє середовище підприємства має властивість постійно змінюватись [13].

Вибір стратегічних напрямів нарощення економічного потенціалу підприємства передбачає:

- генерування альтернативних стратегій, які надають змогу досягти бажаних цілей,
- «доведення» до рівня адекватності цілям розвитку підприємства та вибір загальної стратегії;
- аналіз альтернатив у межах вибраної загальної стратегії підприємства з метою наповнення її конкретним змістом.

Результати ситуаційного аналізу показують переваги, що надаються одній з альтернатив, яка найбільше задовольняє вимогам зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, а також вибраним цілям його діяльності та є основою для прийняття ефективного управлінського рішення, яке уточнюється з використанням спеціальних підходів [11].

При розробці стратегічних напрямів нарощення економічного потенціалу необхідно користуватись методикою, яка буде враховувати необхідність елементів контролю та керованості системи, результати внутрішніх чинників конкурентності: інформаційний потенціал, фінансовий потенціал, техніко-технологічний потенціал, маркетинговий та організаційний потенціал тощо.

Система таких чинників є складовою частиною процесу формування конкурентних переваг і надає перевагу у конкурентній

боротьбі. Проте, сучасні умови господарювання вимагають від підприємства більше приділяти увагу покращенню товарної сітки, сервісному обслуговуванню, удосконаленню іміджа тощо. Саме такі заходи дадуть змогу підприємству отримувати максимальний прибуток при нарощенні економічного потенціалу.

Досягти переваги за всіма комерційним характеристикам і засобами їх просування на ринку є запорукою отримання переваг над конкурентами. При конкуренції необхідно вибирати пріоритети для формування конкурентної стратегії, які підкреслюють сильні сторони підприємства і відповідають тенденції ринкової ситуації.

Для того, щоб підприємство змогло «вижити» та «існувати» в сучасному ринковому середовищі, воно повинно мати конкурентні переваги, вести прозору конкурентну боротьбу, задовольняти різноманітні мінливі потреби споживачів краще, ніж це роблять конкуренти.

Не існує універсальних стратегічних напрямів нарощення економічного потенціалу, лише стратегія, узгоджена з умовами певної галузі, навичками і капіталом, якими володіє підприємство, може принести їй успіх.

Варто зосередити свою увагу на існуючих конкурентних перевагах підприємства, тобто необхідно виділити ті характеристики, які нададуть підприємству переваги у конкурентній боротьбі, як правило за умови ексклюзивності.

Звичайно, що в залежності від сфери діяльності, специфіки продукції та ринку змінюються і конкурентні переваги підприємства. Тому необхідно в першу чергу орієнтуватись на попит і бути переконаним, що ці переваги позитивно сприймаються на конкретному ринку. Як правило, це може бути реклама. Проте, підприємство не завжди володіє інформацією про рівень відомості та популярності свого підприємств серед споживачів.

Причому варто не забувати, що те, що для одного підприємств є важливою перевагою, для іншого – може виявитись величезним недоліком.

Висновки. При формуванні альтернативних стратегічних напрямів розвитку необхідно досить суттєво вивчити конкурентне середовище, а тоді вже приймати рішення стосовно того, в яких нішах нарощувати економічний потенціал. Саме правильні конкурентні переваги забезпечать провести це нарощення правильно ефективно та забезпечити стійкі позиції на ринку.

Відповідно нарощення економічного потенціалу підприємства необхідно здійснювати, орієнтуючись на збільшення ринкової вартості його активів, причому поряд із ресурсним підходом варто використовувати і результатний.

STRATEGIC DIRECTIONS OF GROWING THE ECONOMIC POTENTIAL OF THE ENTERPRISE

Kostiantyn Pavlov, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Entrepreneurship and Management, Lesya Ukrainka Volyn National University, 28 Vynnychenko St., Volyn region, Lutsk, 43021, e-mail: pavlov.kostiantyn@vnu.edu.ua, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2583-9593>

Olena Pavlova, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics and Environmental Management, Lesya Ukrainka Volyn National University, 28 Vynnychenko St., Volyn region, Lutsk, 43021, e-mail: pavlova.olena@vnu.edu.ua, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8696-5641>

Liudmyla Shostak, PhD in Economics, Associate Professor, Department of Entrepreneurship and Marketing, Lesya Ukrainka Volyn National University, 28 Vynnychenko St., Volyn region, Lutsk, 43021, e-mail: Shostak.liudmyla@vnu.edu.ua, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8786-9582>

Darina Romanyuk, Student majoring in «Entrepreneurship, trade and exchange activities», Lesya Ukrainka Volyn National University, 28 Vynnychenko St., Volyn region, Lutsk, 43021, e-mail: naukovi@icloud.com

The article considers and generalizes the definition of the category "economic potential", the author's interpretation of this definition is offered. Theoretical aspects of strategic increase of economic potential of enterprises are given. The economic potential of an enterprise is an integral part of the overall potential of any economic system. The economic situation in the country in recent years is increasingly conducive to increasing research in the context of economic development. There is usually no unambiguous interpretation of this definition, because as many scientists as there are opinions and approaches. Many scientists recommend conducting research on economic potential at both the macro and micro levels, which will take into account not only the factors of business development and its resource provision, but also the degree of impact on external capacity building and assess the consequences. The enterprise, as an economic system, independently forms, develops and uses its own economic potential at the discretion of management and for its effective development. Accordingly, the hypothesis arises that economic potential is the driving force of business competitiveness. That is, the competitive position of the company in the market depends on all factors of business success - ie economic potential. Achieving a high level of economic potential is the main criterion for the effective operation of the enterprise. This indicator characterizes the level of use of all resources of the enterprise, as well as its competitiveness in the market and the ability to respond to external and internal threats. When conducting a comprehensive assessment of the level of economic potential, it becomes clear what strategy should be used for its development and effective operation.

Key words: potential, economic potential, strategy, strategic increase, financial potential, innovation potential.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАРАЩЕВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Павлов Константин Владимирович, докт. экон. наук, профессор, заведующий кафедрой предпринимательства и менеджмента, Волынский национальный университет имени Леси Украинский, ул. Винниченка, 28, г. Луцк, Украина, 43000, e-mail: pavlov.kostiantyn@vnu.edu.ua, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2583-9593>

Павлова Елена Николаевна, докт. экон. наук, профессор, заведующая кафедрой экономики и природопользования, Волынский национальный университет имени Леси Украинский, ул. Винниченка, 28, г. Луцк, Украина, 43000, e-mail: pavlova.olena@vnu.edu.ua, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8696-5641>

Шостак Людмила Васильевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры предпринимательства и маркетинга, Волынский национальный университет имени Леси Украинский, ул. Винниченка, 28, г. Луцк, Украина, 43000, e-mail: Shostak.liudmyla@vnu.edu.ua, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8786-9582>

Романюк Дарина Анатольевна, студентка специальности «Предпринимательство, торговля и биржевая деятельность», Волынский национальный университет имени Леси Украинский, ул. Винниченка, 28, г. Луцк, Украина, 43000, e-mail: naukovi@icloud.com

В статье рассмотрены и обобщены определения категории «экономический потенциал», предложенная авторская трактовка данной дефиниции. Приведены теоретические аспекты стратегического наращивания экономического потенциала предприятий. Экономический потенциал предприятия является неотъемлемой составляющей общего потенциала любой экономической системы. Экономическая ситуация в стране в последние годы все больше способствует увеличению исследований в контексте развития экономического потенциала. Однозначной трактовки данной дефиниции обычно нет потому, сколько ученых – столько и мнений, и подходов. Многие ученые рекомендуют проводить исследования экономического потенциала как на макро, так и на микроуровне, что позволит учесть не только факторы развития самого бизнеса и его ресурсное обеспечение, но и степень влияния на наращивание потенциала внешних факторов и оценить последствия.

Ключевые слова: потенциал, экономический потенциал, стратегия, стратегическое наращивание, финансовый потенциал, инновационный потенциал.

Література

1. Академічний тлумачний словник. URL : <http://sum.in.ua/s/potencial>
2. Babenko, V., Mandych, O., Nakisko, O. Increasing the efficiency of enterprises through the implementation of IT-projects. Transformational processes the development of economic systems in conditions: scientific bases, mechanisms, prospects: monograph. ISMA University, 2018. Vol. 2, 54-65.

3. Cherep, A., Cherep, A., Babenko, V., Dubynina, S., Lyshchenko, E., Hamova O. Improvement of Cost Formation Methods at Industrial Enterprises Taking into Account Supply Chains. *Estudios de Economía Aplicada*, 2021, Vol. 38-3(1), pp. 1-9. DOI: <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.4038>
4. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства : [навч. посіб.] / [Б.Є. Бачевський, І.В. Заблодська, О.О. Решетняк]. К. : Центр учбової літератури, 2009. 400 с
5. Березін О.В., Плотник О.Д. Економічний потенціал аграрних підприємств: механізми формування та розвитку. Полтава: Інтер Графіка, 2012. 221 с.
6. Горбань В. Б. Управління стратегічним потенціалом машинобудівного підприємства. URL : <http://intkonf.org/gorban-vb-upravlinnya-strategichnim-potentsialom-mashinobudivnogo-pidpriemstva/>
7. Коваль Л.В. Економічний потенціал підприємства: сутність та структура. Вісник національного університету «Львівська політехніка». «Логістика». № 690. 2010. С. 59–65. URL : <http://ena.lp.edu.ua>
8. Kravchenko, M., Solntsev, S., Babenko, V., Zhygalkevych, Z. Applying sustainable innovations for the development of Ukrainian machine-building enterprises. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, 2020. Vol. 19. Iss. 3, pp. 279-296. https://doi.org/10.1386/tmsd_00027_1
9. Лапін Є. В. Економічний потенціал підприємства: монографія / Є. В. Лапін та ін. - М. : ВТД «Університетська книга», 2002. 310 с.
10. Malyarets, L.M., Babenko, V.O., Nazarenko, O.V., Ryzhikova, N.I. The modeling of multi-criteria assessment activity in enterprise management, *International Journal of Supply Chain Management*, 2019. Vol. 8, No. 4, pp. 997-1004.
11. Malyarets L., Draskovic M., Babenko V., Kochuyeva Z., Dorokhov O. Theory and practice of controlling at enterprises in international business. *Economic Annals-XXI*. 2017, Volume 165, Issue 5-6, Pages 90-96. doi: <https://doi.org/10.21003/ea.V165-19>
12. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз: навч. посіб. / М.Г. Чумаченко. К.: КНЕУ, 2001. 540 с.
13. Шершньова З.Є. Сутність стратегії. Буковинська бібліотека. Підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2004. 699 с. URL : <https://buklib.net/books/25859/>
14. Shumilo, O., Babenko, V., Liubokhynets, L., Volovelska, I., Arefieva, O. Method of Enterprise Economic Security Evaluation. *Estudios de Economía Aplicada*, 2021, 39 (7). DOI: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i7.4998>

References

1. Akademichniy tlumachnyi slovnyk. URL : <http://sum.in.ua/s/potencial>
2. Babenko, V., Mandych, O., Nakisko, O. (2018). Increasing the efficiency of enterprises through the implementation of IT-projects. *Transformational processes the development of economic systems in conditions: scientific bases, mechanisms, prospects*: monograph. ISMA University, Vol. 2, 54-65.
3. Cherep, A., Cherep, A., Babenko, V., Dubynina, S., Lyshchenko, E., Hamova O. (2021). Improvement of Cost Formation Methods at Industrial Enterprises Taking into Account Supply Chains. *Estudios de Economía Aplicada*, Vol. 38-3(1), pp. 1-9. <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.4038>
4. Bachevskiy B.Ie. Potentsial i rozvytok pidpriemstva : [navch. posib.] / [B.Ie. Bachevskiy, I.V. Zablodskaya, O.O. Reshetniak]. K. : Tsentr uchbovoi literatury, 2009. 400 s
5. Berezin O.V., Plotnyk O.D. Ekonomichniy potentsial ahrarnykh pidpriemstv: mekhanizmy formuvannya ta rozvytku. Poltava: Inter Hrafika, 2012. 221 s.
6. Horban V. B. Upravlinnia stratehichnym potentsialom mashynobudivnoho pidpriemstva. URL : [http://intkonf.org/gorban-vb-upravlinnya-strategichnim-potentsialom-mashynobudivnoho-pidpriemstva/](http://intkonf.org/gorban-vb-upravlinnya-strategichnim-potentsialom-mashinobudivnogo-pidpriemstva/)
7. Koval L.V. Ekonomichniy potentsial pidpriemstva: sutnist ta struktura. Visnyk natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». «Lohistyka». № 690. 2010. S. 59–65. URL : <http://ena.lp.edu.ua>
8. Kravchenko, M., Solntsev, S., Babenko, V., Zhygalkevych, Z. (2020). Applying sustainable innovations for the development of Ukrainian machine-building enterprises. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, Vol. 19. Iss. 3, pp. 279-296. https://doi.org/10.1386/tmsd_00027_1
9. Lapin Ye. V. Ekonomichniy potentsial pidpriemstva: monohrafiia / Ye. V. Lapin ta in. - M. : VTD «Universytetska knyha», 2002. 310 s.
10. Malyarets, L.M., Babenko, V.O., Nazarenko, O.V., Ryzhikova, N.I. (2019). The modeling of multi-criteria assessment activity in enterprise management, *International Journal of Supply Chain Management*, Vol. 8, No. 4, pp. 997-1004.
11. Malyarets L., Draskovic M., Babenko V., Kochuyeva Z., Dorokhov O. (2017). Theory and practice of controlling at enterprises in international business. *Economic Annals-XXI*. Vol. 165, Is. 5-6, pp. 90-96. doi: <https://doi.org/10.21003/ea.V165-19>
12. Chumachenko M.H. Ekonomichniy analiz: navch. posib. / M.H. Chumachenko. K.: KNEU, 2001. 540 s.
13. Shershnova Z.Ie. Sutnist stratehii. Bukovynska biblioteka. Pidruchnyk. 2-he vyd., pererob. i dop. K. : KNEU, 2004. 699 s. URL : <https://buklib.net/books/25859/>
14. Shumilo, O., Babenko, V., Liubokhynets, L., Volovelska, I., Arefieva, O. (2021). Method of Enterprise Economic Security Evaluation. *Estudios de Economía Aplicada*, 39 (7). <https://doi.org/10.25115/eea.v39i7.4998>

Стаття надійшла до редакції 25 листопада 2021 р.
Стаття рекомендована до друку 26 грудня 2021 р.