

ПОКАЗНИКИ ПОТЕНЦІАЛУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОНАННЯ ЙОГО ФУНКЦІЙ У СУСПІЛЬСТВІ

Потрашкова Л. В., к. е. н.

*Харківський національний економічний університет ім. Семена
Кузнеця*

Метою статті є уточнення визначення поняття «потенціал підприємства» та обґрунтування результатних показників потенціалу підприємства на основі аналізу функцій підприємств у суспільстві.

Потенціал підприємства трактується як здатність цього підприємства до виконання його функцій у суспільстві, тобто до задоволення потреб стейкхолдерів та відтворення своїх ресурсів.

Показано, що результатними показниками потенціалу відтворювальної діяльності довільної системи повинні виступати показники самозростаючих ресурсів цієї системи.

На цій основі обґрунтовано дві складові комплексу показників стратегічного потенціалу підприємства: а) показники задоволеності стейкхолдерів підприємства; б) показник вартості підприємства, який характеризує капітал підприємства у сукупності його різних форм. Тоді оцінкою потенціалу підприємства виступатиме множина ефективних (парето-оптимальних) оцінок в просторі значень вектору вказаних результатних показників потенціалу на кінець планового періоду.

Використання запропонованих показників потенціалу дозволить об'єктивно оцінювати потенціал підприємств з позиції інтересів суспільства.

Ключові слова: поняття потенціалу підприємства; результатна оцінка потенціалу підприємства; функції підприємства у суспільстві; капітал підприємства; показники задоволеності стейкхолдерів

INDEXES OF POTENTIAL OF ENTERPRISE ACTIVITIES ON IMPLEMENTATION OF ITS FUNCTIONS IN SOCIETY

L. V. Potrashkova, PhD in Economics

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

The aim of the article is to improve existing definitions of the concept “enterprise potential” and to provide rationalization for enterprise potential indexes on the basis of analysis of enterprise functions in society.

Enterprise potential is interpreted as a capacity of the enterprise for satisfying demands of its stakeholders and reproducing its resources.

It's shown, that indexes of self-expanding resources of a system must be used as result indexes of potential of reproduction activity of the system.

On this basis two components of complex of enterprise strategic potential indexes are substantiated: a) indexes of satisfaction of stakeholders of the enterprise; б) index of enterprise value, that characterizes enterprise capital in the aggregate of its different forms. Then a set of effective (Pareto-optimal) estimations in the space of values of vector of the suggested indexes of enterprise potential at the end of planning period will serve as estimation of enterprise potential.

The use of the offered indexes of enterprise potential will allow to estimate objectively potential of enterprises from the perspective of society interests.

Keywords: enterprise potential notion; enterprise potential result estimation; enterprise functions in society; capital of enterprise; indexes of satisfaction

Актуальність проблеми. Кожне підприємство істотно впливає на життєдіяльність широкого кола економічних суб'єктів, і ці суб'єкти, зі свого боку, пред'являють до підприємства певні вимоги. Хоча різні стейкхолдери мають протилежні інтереси в деяких питаннях, більшість з них зацікавлена у тому, щоб підприємство ефективно працювало та підтримувало свою діяльність у майбутньому. З цього витікає важлива

вимога до результатів роботи підприємства: наявність в нього в кожний момент часу здатності до здійснення своєї подальшої діяльності.

Питання формування здатності підприємств до їхнього подальшого, майбутнього функціонування та розвитку розглядаються в рамках досліджень *потенціалу підприємств*. Власне, під потенціалом підприємства розуміють саме здатність цього підприємства здійснювати певну діяльність.

Теоретичні основи оцінки потенціалу підприємства глибоко розроблялися багатьма вченими, але результати минулих досліджень потребують переосмислення та ревізії у зв'язку зі зміною умов діяльності підприємств під впливом процесів становлення постіндустріальної економіки. Зміна умов економічної діяльності вплинула на ефективність існуючих підходів до оцінювання потенціалу підприємств. Сьогодні більш інформативним стає *результатний* підхід до оцінки потенціалу підприємства у порівнянні з традиційним (і простішим) *ресурсним* підходом. Згідно з результатним підходом, потенціал підприємства описується можливими майбутніми результатами діяльності підприємства. Згідно з ресурсним підходом, потенціал підприємства описується кількісними характеристиками ресурсів підприємства в поточний момент часу. Ресурсна оцінка потенціалу є достатньо інформативною для підприємств, які діють в умовах стабільного та передбачуваного економічного середовища, коли причинно-наслідкові зв'язки між характеристиками ресурсів та результатами діяльності підприємства також є стабільними та передбачуваними. Але при багатоваріантному розвитку середовища має місце багатоваріантність причинно-наслідкових зв'язків між ресурсами та результатами діяльності, і це вимагає розкриття таких зв'язків та застосування результатної оцінки потенціалу підприємства з урахуванням множини різних можливих сценаріїв динаміки зовнішнього середовища.

Методика результатної оцінки потенціалу підприємства зараз знаходиться на стадії свого становлення. Конструктивні математичні моделі результатної оцінки потенціалу підприємства пропонуються в роботах А. Я. Берсуцького [1], О. С. Біленького [20], І. М. Карапейчика [5], І. П. Отенко [13] та інших. Але при застосуванні результатного підходу серед дослідників досі немає єдності з питання *результатних показників* потенціалу, та відсутнє глибоке обґрунтування вибраних показників, що знижує цінність моделей оцінки потенціалу. Обґрунтований вибір результатних показників потенціалу є необхідною умовою ефективного управління майбутніми спроможностями підприємства.

Аналіз останніх наукових досліджень. В працях сучасних науковців пропонуються різні результатні показники потенціалу підприємства: прибуток [1; 5; 13]; обсяг реалізації продукції, частка ринку [13]; обсяг виробленої продукції [4]; вартісна або інша оцінка випуску [20]; конкурентна сила підприємства [2]; вартість підприємства як майнового комплексу [9; 18]; поточна ліквідність, вартість чистих активів, рентабельність активів та рентабельність довгострокового капіталу [19].

Наукову проблему створює не наявність великої кількості різних показників потенціалу, а відсутність концептуальних основ їхнього обґрунтованого вибору. Ця проблема обумовила мету дослідження.

Мета роботи. Метою статті є уточнення визначення поняття «потенціал підприємства» та обґрунтування результатних показників потенціалу підприємства на основі аналізу функцій підприємств у суспільстві.

Основні результати дослідження.

Уточнення визначення поняття потенціалу підприємства. В економічній теорії поняття «потенціал», згідно з результатним підходом, трактується як здатність економічної системи (економічного суб'єкта) здійснювати певну діяльність [5]. Виходячи з цієї трактовки, кожна

економічна система характеризується, у загальному випадку, множиною різних видів потенціалу, які відповідають різним видам діяльності цієї системи. Це твердження стосується і підприємства. Тому поняття «потенціал підприємства» залишається не до кінця визначеним, якщо не вказувати, про здатність до якої діяльності підприємства йде мова. Логічно припустити, що під потенціалом підприємства слід розуміти здатність підприємства до здійснення діяльності з виконання його *функцій*. Виходитимемо з того, що функції (призначення) підприємства визначаються суспільними економічними інтересами та потребами суспільства ([6]). Також врахуємо те, що постійне відтворення потреб суспільства висуває вимогу до забезпечення підтримки існування підприємства як стабільного джерела благ ([7]). Виходячи з цього, а також базуючись на роботах [8; 10], виділимо такі дві взаємопов'язані загальні функції підприємства:

- 1) соціальну функцію – функцію задоволення потреб стейкхолдерів;
- 2) відтворювальну функцію.

Тоді під потенціалом підприємства логічно розуміти здатність підприємства до задоволення потреб його стейкхолдерів та відтворення ресурсів. Запропонована дефініція узгоджується частково з іншими дефініціями потенціалу підприємства, які враховують соціальну та/або відтворювальну функцію підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Дефініції поняття «потенціал підприємства», авторське групування

Дефініції	Функції підприємства, враховані у дефініціях
Потенціал підприємства – це «спроможність підприємства забезпечити життєздатність і отримання прибутку в майбутньому» (І. Дмитрук та ін. [3])	відтворювальна
Економічний потенціал підприємства – це «здатність підприємства забезпечувати своє довгострокове функціонування і досягнення стратегічних цілей на основі використання системи наявних ресурсів» (Р. В. Марушков [12])	відтворювальна

Потенціал підприємства – це «можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів» (Н. С. Краснокутська [9])	соціальна
Потенціал підприємства – це «можливості по забезпеченню задоволення відповідної суспільної потреби в товарах (послугах) на перспективу і можливості досягнення поставлених цілей» (В. Н. Гавва, Е. А. Божко [2])	соціальна

Вимоги до результатної оцінки потенціалу підприємства.

Дослідження потенціалу підприємства здійснюються, перш за все, з метою управління ним, а управління потенціалом базується на його оцінці. Вважаємо, для того щоб результатна оцінка потенціалу підприємства виступала конструктивною базою прийняття управлінських рішень, вона має відповідати таким основним вимогам:

1. Результатна оцінка потенціалу підприємства повинна характеризувати *майбутні результати* підприємства з виконання обох вищевказаних функцій – *відтворювальної* та *соціальної*.

2. Результатна оцінка потенціалу підприємства повинна відображати *граничні (найкращі)* можливі результати його майбутньої діяльності у певному плановому періоді.

3. Результатна оцінка потенціалу підприємства повинна розраховуватись за допомогою оптимізаційної динамічної моделі майбутньої діяльності підприємства.

Обґрунтування результатних показників потенціалу підприємства. З метою визначення результатних показників потенціалу підприємства, виявимо, що можна вважати результатами діяльності підприємства з виконання його функцій, і на основі цього визначимо показники цих результатів.

Результатами виконання *соціальної* функції підприємства виступають блага, створені підприємством для задоволення потреб стейкхолдерів. Сьогодні для оцінки рівня задоволення потреб стейкхолдерів

використовуються *індекси задоволеності* (наприклад, CSI – Customer Satisfaction Index), які розраховуються на основі результатів опитувань відповідних груп стейкхолдерів. В рамках таких опитувань кожний респондент оцінює рівень задоволення множини своїх потреб в результаті взаємодії з аналізованим підприємством. Але складність полягає у тому, що для отримання результатної оцінки потенціалу підприємства необхідно мати оцінки *майбутньої* задоволеності стейкхолдерів підприємства на кінець планового періоду. Такі оцінки можуть бути отримані за допомогою математичного моделювання задоволеності стейкхолдерів. Вважатимемо, що задоволеність стейкхолдерів благами, отриманими від аналізованого підприємства, залежить, з одного боку, від об'єктивних характеристик цих благ (наприклад, споживацьких характеристик продукції та цін на неї), а з іншого боку, від суб'єктивних переваг (вподобань), притаманних стейкхолдерам. Тоді оцінка задоволеності s певної групи стейкхолдерів від благ, які будуть отримані ними від аналізованого підприємства в плановому періоді, може бути розрахована за формулою:

$$s = u(x), \quad (1)$$

де x – вектор об'єктивних характеристик благ, які будуть надані аналізованій групі стейкхолдерів у плановому періоді; u – функція корисності, яка описує переваги (вподобання), притаманні цій групі стейкхолдерів.

Таким чином, результатними показниками потенціалу підприємства в аспекті соціальної функції мають виступати показники задоволеності стейкхолдерів від благ, наданих їм підприємством. А результатною оцінкою потенціалу підприємства в цьому аспекті виступатиме оцінка максимально можливої задоволеності стейкхолдерів від благ, які будуть надані їм підприємством у плановому періоді.

Результатами виконання *відтворювальної* функції підприємства виступають ресурси його майбутньої діяльності. Взагалі, результатами

відтворювальної діяльності довільної системи виступають ресурси подальшої діяльності цієї системи. Такі ресурси, які виступають водночас і факторами, і результатами деякої діяльності (і при цьому мають здатність поповнюватися), називаються *самозростаючими*. Тому результатними показниками потенціалу для систем, які базуються на відтворювальних процесах, виступають показники їхніх самозростаючих ресурсів. Звідси висновок: результатними показниками потенціалу відтворювальної діяльності підприємства повинні виступати показники його самозростаючих ресурсів.

Найбільш відомим самозростаючим ресурсом економічної діяльності є *капітал*. Капітал оцінюється у вартісному вимірі та виступає самозростаючою вартістю. Здатність капіталу підприємства до самозростання визначається величиною прибутку підприємства та ефективністю його розподілу. Капітал підприємства дає загальну вартісну характеристику наявних засобів забезпечення діяльності підприємства. Тому саме показник капіталу повинен виступати основним результатним показником потенціалу підприємства в аспекті відтворювальної діяльності. Тоді результатну оцінку потенціалу підприємства в цьому аспекті дасть *оцінка майбутньої величини капіталу підприємства* на кінець планового періоду.

Але при цьому важливо розуміти, який зміст ми вкладаємо у поняття «капітал підприємства». Спочатку зауважмо, що ресурси та результати діяльності підприємства виступають входами та виходами в моделі підприємства, яка відображає уявлення про підприємство на сучасному етапі розвитку економічної теорії та практики. Ця модель підприємства, її входи та виходи, змінюються з часом, так як змінюється само підприємство як суб'єкт економіки, та змінюється уявлення про нього, втілене в теорії підприємства. Так, традиційно основна увага дослідників та управлінців була спрямована на матеріальні ресурси підприємства. Але

в останні десятиліття в економічній теорії та практиці відбулося розширення кола об'єктів, що розглядаються як економічні ресурси. Це пов'язано з переходом суспільства до постіндустріальної стадії розвитку, що супроводжується зростанням значення нематеріальних активів (знань та відносин), як факторів конкурентоспроможності підприємств. Внаслідок вказаних змін відбулося розширення трактовки поняття капіталу. Якщо спочатку під капіталом розуміли тільки гроші та засоби виробництва, використовувані для отримання прибутку, то вже на початку ХХ століття американський економіст Ірвінг Фішер запропонував розуміти під капіталом все, що дозволяє генерувати потік доходів впродовж певного періоду часу [21]. Така концепція суттєво розширила обсяг поняття капіталу, дозволивши включати в нього не тільки матеріальні, але й нематеріальні ресурси. Незабаром характерні ознаки капіталу були знайдені в людських спроможностях та талантах, в знаннях, в соціальних відносинах. Завдяки цьому сьогодні виділяють багато різних форм капіталу. Наприклад, В. В. Радаєв виділяє такі основні форми капіталу, релевантні для аналізу господарського життя з погляду економічної соціології: економічний, фізичний, культурний, людський, соціальний, адміністративний, політичний, символічний [14]. В економічній науці до основних форм капіталу відносять, окрім економічного капіталу, ще, як мінімум, дві його *нематеріальні* форми: людський та соціальний.

Соціальний капітал підприємства – це система внутрішніх та зовнішніх соціальних зв'язків підприємства, які «відповідають» за «клімат» у колективі та репутацію підприємства у суспільстві [15]. Виділяють внутрішній та зовнішній соціальний капітал підприємства. Зовнішній соціальний капітал підприємства – це характеристики його відносин зі стейкхолдерами.

Людський капітал підприємства – це компетентності та здатності персоналу компанії.

Крім цього, виділяють також *інтелектуальний капітал*, але це поняття є узагальнюючим. Інтелектуальний капітал підприємства охоплює людський, соціальний (точніше, «партнерський»), а також організаційний капітал підприємства (до організаційного капіталу відносять технології, процедури, системи управління, технічне і програмне забезпечення, патенти, оргструктуру, організаційну культуру та інші ресурси, які більшою мірою пов'язані з підприємством, ніж людські та соціальні ресурси) [16].

Таким чином, говорячи про застосування показника капіталу при оцінці потенціалу підприємства, ми маємо на увазі загальний капітал підприємства у єдності різних його форм. Загальну оцінку капіталу підприємства у сукупності різних його форм дає *оцінка вартості підприємства* з урахуванням неідентифікованих нематеріальних ресурсів. Тоді результатну оцінку потенціалу підприємства в аспекті відтворювальної діяльності дасть *оцінка майбутньої вартості підприємства* на кінець планового періоду з урахуванням неідентифікованих нематеріальних ресурсів. *Неідентифіковані нематеріальні ресурси* – це ресурси, які не мають матеріальної форми та не можуть бути ідентифіковані, тобто вони не визнаються як відокремлювані об'єкти бухгалтерського обліку. До неідентифікованих нематеріальних ресурсів належить більша частина нематеріального (людського та соціального) капіталу підприємства (наприклад, інтелектуальні здібності, фізичні якості та кваліфікація персоналу, психологічний клімат у колективі, стиль керівництва, корпоративна культура та інше).

Перевіримо можливість розрахунку оцінки майбутньої вартості підприємства з урахуванням неідентифікованих нематеріальних ресурсів. Як відомо, існують три підходи до оцінки вартості підприємства – майновий, порівняльний та доходний. Розглянемо можливості застосування кожного з трьох підходів для вирішення вказаної задачі.

1. Порівняльний підхід

Умовою застосування порівняльного підходу виступає наявність бази даних про угоди купівлі-продажу аналогічних підприємств, і ця умова не виконується, коли мова йде про оцінку вартості підприємства у майбутньому. Тому порівняльний підхід для вирішення вказаної задачі не підходить.

2. Затратний (майновий) підхід

Згідно з цим підходом оцінюване підприємство коштує стільки, скільки коштує його майно (за вирахуванням заборгованостей). Основним методом в рамках затратного підходу є метод вартості *чистих активів*, за яким вартість підприємства дорівнює вартості його чистих активів, що розраховується як різниця між балансовою вартістю всіх активів і сумою боргових зобов'язань підприємства. Затратний підхід може бути застосований для оцінювання майбутньої вартості підприємства, якщо розраховувати оцінку вартості чистих активів підприємства на кінець планового періоду за допомогою динамічної моделі діяльності підприємства у цьому періоді. Але показник вартості чистих активів підприємства не враховує неідентифіковані нематеріальні ресурси. Тому для отримання коректного значення вартості підприємства величина чистих активів має бути скорегована на вартість неідентифікованих нематеріальних ресурсів підприємства.

3. Доходний підхід

Доходний підхід, за своєю ідеєю, базується на прогнозах майбутніх доходів підприємства, і на основі цих прогнозів можна розрахувати майбутню вартість підприємства. Перевагою доходного підходу є те, що він дозволяє врахувати неідентифіковані нематеріальні ресурси як фактори доходів підприємства. Недоліком доходного підходу є низка точність прогнозів майбутніх доходів, і цей недолік може стати критичним при вирішенні задачі оцінки вартості підприємства у майбутньому.

Як бачимо, майбутню вартість підприємства з урахуванням неідентифікованих нематеріальних ресурсів можна оцінити за доходним та затратним підходами (зважаючи на їхні недоліки). Це дає можливість застосовувати на практиці показник вартості підприємства як результатний показник потенціалу підприємства в аспекті відтворювальної діяльності.

Таким чином, ми обґрунтували дві складові комплексу результатних показників потенціалу підприємства:

а) показники задоволеності стейкхолдерів підприємства;

б) показник вартості підприємства, який характеризує капітал підприємства у сукупності його різних форм.

Тоді оцінкою потенціалу підприємства виступатиме множина ефективних (парето-оптимальних) оцінок в просторі значень вектору вказаних результатних показників потенціалу на кінець планового періоду.

Дослідження взаємозв'язку між запропонованими результатними показниками потенціалу підприємства. Інтуїтивно зрозуміло, що показник капіталу (вартості) підприємства та показники задоволеності стейкхолдерів підприємства пов'язані між собою. Тому виникає запитання: чи може показник капіталу (вартості) підприємства характеризувати результати виконання обох функцій підприємства. Для відповіді на це запитання дослідимо зв'язок між процесами задоволення потреб стейкхолдерів та накопиченням капіталу підприємства.

Спочатку звернемо увагу на те, що процеси накопичення різних форм капіталу є різними за своєю суттю:

економічний капітал підприємства зростає в результаті угод *обміну*, під час яких підприємство отримує ресурси *в обмін* на блага, що надаються стейкхолдерам;

зовнішній соціальний капітал підприємства зростає здебільшого внаслідок *задоволення стейкхолдерами своїх потреб* в результаті споживання благ, наданих підприємством (рис. 1).

При цьому взаємна спрямованість інтересів підприємства та стейкхолдерів в процесі накопичення вказаних двох форм капіталу є різною. В процесі обміну ресурсів на блага інтереси підприємства та стейкхолдерів є протилежними у певному сенсі: підприємству тим вигідніше, чим менше благ отримують стейкхолдери за ресурси, надані підприємству. В процесі задоволення підприємством потреб стейкхолдерів інтереси підприємства та стейкхолдерів є однонаправленими: чим вище рівень задоволення інтересів стейкхолдерів, тим краще ставлення стейкхолдерів до підприємства, і тим більшим є приріст зовнішнього соціального капіталу підприємства. Таким чином, важливою особливістю зовнішнього соціального капіталу підприємства є те, що він непрямо характеризує результати виконання першої (соціальної) функції підприємства – задоволення потреб стейкхолдерів.

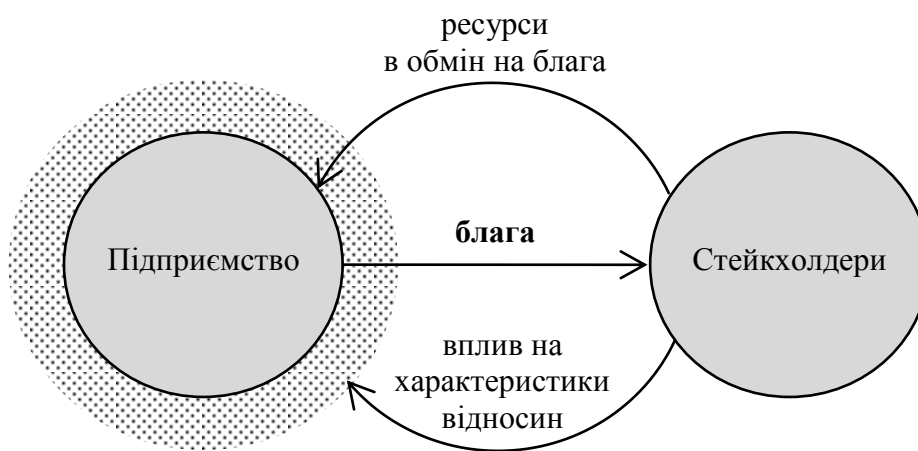


Рис. 1. Два шляхи отримання підприємством ресурсів, авторська розробка

Дослідимо детальніше характер впливу процесу задоволення потреб стейкхолдерів на зовнішній соціальний капітал підприємства.

На наш погляд, до складових зовнішнього соціального капіталу підприємства належать:

а) характеристики *сприйняття* підприємства його стейкхолдерами (або *ставлення* стейкхолдерів до підприємства) [17]: репутація та імідж підприємства; довіра до підприємства з боку стейкхолдерів; очікування стейкхолдерів щодо поведінки підприємства;

б) зобов'язання перед підприємством з боку стейкхолдерів (крім дебіторської заборгованості підприємства, яка входить до активу балансу);

в) норми, які регулюють взаємодію стейкхолдерів з підприємством.

Задоволеність стейкхолдерів непрямо впливає на першу з наведених складових. Точніше, досвід взаємодії стейкхолдерів з підприємством формує ментальні моделі (образи) підприємства у свідомості стейкхолдерів (репутація та імідж підприємства є проявом цих ментальних моделей). Але при цьому неможна забувати ще один важливий фактор формування ментальних моделей підприємства у свідомості стейкхолдерів – це сприйняття ними рекламної інформації про підприємство. На основі сформованих ментальних моделей у стейкхолдерів формуються очікування щодо подальшої поведінки підприємства (наприклад, очікуваний клієнтами рівень якості продукції та сервісу підприємства; очікуваний постачальниками рівень сумлінності підприємства в питанні оплати сировини та матеріалів; очікувані працівниками майбутні умови праці й т. п.). Ці очікування визначають довіру стейкхолдерів до підприємства (довіра трактується як набір раціональних очікувань суб'єктами щодо форм і способів поведінки один одного [11]). І саме на основі своїх очікувань стейкхолдери приймають рішення щодо своєї подальшої взаємодії з підприємством. І саме ці рішення впливають на ресурсні обмеження діяльності підприємства, які, у свою чергу впливають на динаміку економічного капіталу підприємства.

В цілому, щодо впливу задоволеності стейкхолдерів на капітал підприємства можна зробити такі висновки:

1. Задоволеність стейкхолдерів від взаємодії з підприємством є не єдиним фактором формування зовнішнього соціального капіталу підприємством.

2. Зовнішній соціальний капітал є тільки одним з множини факторів, які визначають величину капіталу підприємства.

3. Накопичення зовнішнього соціального капіталу підприємства є процес повільний.

Як наслідок, збільшення вартості підприємства не обов'язково є ознакою зростання рівня задоволеності стейкхолдерів, особливо на нетривалих проміжках часу (воно може відбутися за рахунок інших факторів, наприклад, зниження собівартості продукції або успішної рекламної кампанії). Тому принцип збалансованості економічних та соціальних результатів потребує використання показника задоволеності стейкхолдерів підприємства як результатного показника потенціалу підприємства.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Оцінка потенціалу підприємства служить одним з найважливіших орієнтирів для управління підприємством. На її основі обирається стратегія підприємства. І тому показники потенціалу підприємства повинні відповідати ключовим мотивам діяльності підприємств. Такий підхід дозволяє виділити дві складові комплексу результатних показників потенціалу підприємства: а) показники задоволеності стейкхолдерів підприємства; б) показник вартості підприємства, який характеризує капітал підприємства у сукупності його різних форм.

Але отримані теоретичні результати потребують свого подальшого розвитку. Так як управління підприємством здійснюється на трьох рівнях менеджменту, запропоновані показники мають бути доповнені показниками, призначеними для застосування на тактичному та оперативному рівнях управління з метою контролю за факторами, які

впливають на динаміку вартості підприємства та задоволеності його стейкхолдерів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Берсуцький А. Я. Моделі прийняття рішень з управління розвитком ресурсного потенціалу підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.00.11 / Берсуцький Антон Якович ; Донецький національний університет. – Донецьк, 2010. – 40 с.

2. Гавва В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання : навч. посібник / В. Н. Гавва, Е. А. Божко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.

3. Дмитрук И. А. Особенности повышения эффективности процесса диверсификации производственной деятельности предприятий строительной отрасли на основе систем контроллинга/ И. А. Дмитрук, Н. П. Пан, А. Г. Соболева, И. А. Ачкасов, А. А. Хохотва // Коммунальное хозяйство городов: Науч.-техн. сб. Вып.54. – К.: Техніка, 2004. – С. 67–91.

4. Дорошенко В. А. Экономический потенциал лесопромышленного предприятия / В. А. Дорошенко, Б. А. Осипов, Ю. Д. Шмидт // Вестник ТГЭУ. – 2005. – № 1. – С. 3–18.

5. Карапейчик И. Н. Анализ потенциальных функций предприятия методами классификации / И. Н. Карапейчик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 3(2). – С. 85–93.

6. Качкова О. Е. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник / О. Е. Качкова, М. В. Косолапова, В. А. Свободин. — М. : КНОРУС, 2016. — 360 с.

7. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность / Г.Б. Клейнер, В.А. Тамбовцев, Р.М. Качалов. – М.: Экономика, 1997. – 288 с

8. Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем / Г.Б. Клейнер; ЦЭМи РАН. – М.: Наука, 2004. – 240 с.

9. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.

10. Лукша П. О. Самовоспроизводство в эволюционной экономике / П. О. Лукша. – СПб.: Алетейя, 2009. – 208 с.

11. Лунева Е. В. Инновационный механизм повышения качества социального капитала корпорации : автореф. дис. на соиск. учен. степ. докт. экон. наук : спец. 08.00.05 / Лунева Елена Владимировна. – Москва, 2012. – 50 с.

12. Марушков Р. В. Оценка использования экономического потенциала предприятия (на примере предприятий печатной отрасли) : автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / Марушков Роман Владимирович; Московский государственный университет печати. – Москва, 2000. – 18 с.

13. Отенко І. П. Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу підприємства. Наукове видання / І. П. Отенко, Л. М. Малярець, Г. А. Іващенко. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 348 с.

14. Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Экономическая социология. – 2002. – Т.3. – №4. – С. 20 – 32.

15. Резанова Е.В. Социальный капитал организации: теоретико-методологические аспекты исследования / Е.В. Резанова // Научные ведомости Белгородского Государственного университета. Философия. Социология. Право. – 2009. – № 2 (57) , выпуск 7. – С.120–125.

16. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. Стюарт. Пер. с англ. В. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.

17. Фаэй Л. Стратегическое оценивание активов организации // Курс МВА по стратегическому менеджменту: Пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2002. – С. 327–356.

18. Ханов А. Р. Экономический потенциал предприятия как объект исследования / А. Р. Ханов // Российское предпринимательство. – 2006. – № 10 (82). – С. 58–60.

19. Цымбалюк С. Н. Методика оценки экономического потенциала предприятия в условиях развития рыночной экономики в России / С. Н. Цымбалюк // Креативная экономика. – 2011. – № 11 (59). – С. 38–44.

20. Belenky A.S. Analyzing the potential of a firm: an operations research approach / A.S. Belenky // Mathematical and Computer Modelling. – 2002. – Vol. 35, Is. 13. – P. 1405–1424.

21. Fisher I. The Theory of Interest / Irving Fisher. – New York : Macmillan, 1930. – 183 p. [Electronic resource] // Access Mode : http://files.libertyfund.org/files/1416/Fisher_0219.pdf