

7. Павол Баранай. Современная экономическая дипломатия / Павол Баранай // Актуальные проблемы экономики. – Рига, С. 1-10.
8. Шаров О. Економізація зовнішньої політики: сьогоднішня українська тактика / О. Шаров // Економічний часопис – XXI. – 2007. – № 9-10. – С. 21-26.
9. Щетинин В.Д. Экономическая дипломатия: учеб. пособие / В.Д. Щетинин. – М.: Международные отношения, 2001. – 280 с.

Мамалыга Е. А.

Киевский национальный экономический университет имени Тараса Шевченко

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Резюме

В статье автором исследована сущность экономической дипломатии, механизм ее функционирования в современных условиях развития мировой экономики. Рассмотрены особенности применения экономической дипломатии во внешнеэкономической деятельности. Определены факторы, обуславливающие особенности формирования и развития экономической дипломатии на предприятии.

Ключевые слова: экономическая дипломатия, внешнеэкономическая деятельность, экспорт, импорт, международная деятельность, коммерческая деятельность.

Mamalyga O. O.

Kyiv National University of Taras Shevchenko

FEATURES OF DEVELOPMENT OF ECONOMIC DIPLOMACY AT ENTERPRISES

Summary

In the article the author investigated the essence of the economic diplomacy mechanism for its operation in the current conditions of the global economy. Were considered features of the application of economic diplomacy in foreign economic activity. Also were determined the factors that contribute to the formation and characteristics of economic diplomacy in the enterprise.

Keywords: economic diplomacy, foreign trade, export, import, international activities, commercial activities.

УДК 330.3:655.4/5

Марковська О. К.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ ВИДАВНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Виділені рівні конкурентоспроможності підприємства. Проаналізовані зовнішнє та внутрішнє середовище видавничих підприємств. Виявлені сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для видавничих підприємств з оцінкою їх значущості. Складено матрицю SWOT.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство, ринок, розвиток, стратегія, фактор.

Постановка проблеми. Сучасні проблеми видавничого підприємництва викликані, в першу чергу, кризовим станом в Україні. Кожне видавничє підприємство для відстоювання свого місця на ринку повинно вивчати своїх конкурентів та перемагати їх у боротьбі за частку ринку, економічно зростати.

Видавничий ринок найбільшою мірою потребує сталості, завдяки тому, що він являє собою особливе, специфічне середовище життя та підприємницької діяльності, йому притаманний найвищий рівень невизначеності і ризику, який є характерний для інноваційної діяльності. На меті сталого розвитку є гармонізувати зростання економічних та соціальних параметрів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти діяльності підприємств серед конкурентів розглядалися у працях Р. Хейса, С. Уілрайта, К. Кларка, Ф. Найта, П. Самуельсона, К.Р. Макконелла, В.І. Сінько, Л.А. Швайкою та інших.

Незважаючи на значні здобутки науковців у цій галузі знань, дослідження та розвиток конкуренції взагалі є актуальними і сьогодні. Значна увага науковців пояснюється тим, що конкуренція є ключовим елементом ринкової економіки, яка виступає рушійною силою та передумовою ефективного саморегулювання ринкових відносин.

Американські відомі дослідники Р. Хейс, С. Уілрайт, К. Кларк [6] досить у своєрідному викладі розглядають чотири рівні конкурентоспроможності підприємства.

Перший рівень конкурентоспроможності. Керівництво впевнено, що вироблена продукція виділяється в кращу сторону в порівнянні з продукцією конкурентів, а споживачі будуть задоволені, якщо їм запропонують те, що презентує реклама, додаткові зусилля не потрібні. Такий підхід може мати успіх тільки в ринковій ніші з відсутністю конкуренції, тільки можливості та уміння випускати продукцію буде недостатньо – в іншому випадку.

Другий рівень конкурентоспроможності. Підприємства повинні відповідати стандартам, які встановлені головними конкурентами. Такі підприємства використовують технології, методи організації виробництва ведучих підприємств галузі, закупають аналогічні матеріали та комплектуючі, намагаються слідувати по тим самим принципам в сфері управління виробництвом та якістю продукції. Але в якийсь момент така форма поведінки перестає забезпечувати конкурентоспроможність, оскільки копіювання первісного досвіду виявляється недостатньо при збільшенні процесу внутрішньогалузевої конкуренції.

Третій рівень конкурентоспроможності. На цих підприємствах надається перевага не загальним стандартам виробництва в галузі, а використанню в конкурентній боротьбі внутрішніх переваг. У такому випадку управління починає активно впливати на виробництво, сприяти його розвитку та удосконаленню. За визначенням авторів, виробництво на даних підприємствах підтримується зсередини усіма іншими підрозділами підприємства [6].

Четвертий рівень конкурентоспроможності. Конкурентні переваги можуть розповсюджуватися не тільки на виробничу систему підприємства, а і на систему управління. Виробнича система підтри-

мується ззовні, при цьому її ефективність залежить не стільки від внутрішніх управлінських факторів, таких як виробниче планування та управління якістю, скільки від зовнішніх – якість організації та ефективність самої системи управління. Дані підприємства варто віднести до «підприємств з виробництвом світового класу». Вони характеризуються, по-перше, наявністю кадрів такої кваліфікації, яких постійно шукають для себе інші підприємства – конкуренти галузі. По-друге, більш швидко реагують на різноманітні ринкові зміни, швидше ніж конкуренти пропонують ринку нові товари. По-третє, є компетентними у використанні виробничого обладнання до такої міри, що з ними консультуються виробники цього обладнання щодо модифікації обладнання та проведення пробних випробувань нових моделей. По-четверте, конкуренти перебувають не в стані технічно здійснити випуск аналогічної чи подібної продукції, навіть при її копіюванні чи перейнятті окремих елементів. По-п'яте, постійно удосконалюють обладнання та технологію, підвищують кваліфікацію працівників.

Л.А. Швайкою [7] здійснено комплексну оцінку функціонування видавничого підприємства, з врахуванням впливу зовнішнього середовища на підприємницьку активність у видавничо-полі-

Таблиця 1

Матриця SWOT

	Можливості:		Загрози:	
Зовнішнє середовище	1. Вихід на нові ринки (сегменти). 2. Розширення виробництва найбільш рентабельної продукції. 3. Розширення вид. Репертуару. 4. Можливість виходу на зов. ринок. 5. Розвиток ринкових відносин. 6. Використання новітніх технологій. 7. Збільшення обсягу використання трудових ресурсів. 8. Ріст доходів населення. 9. Зниження темпів інфляції. 10. Введення в дію сприятливих для підприємств законних актів.	3 2 2 2 1 2 2 1 1 3	1. Високі податки. 2. Сповільнення росту книжкового ринку. 3. Стад курсу національної валюти. 4. Нестабільність в суспільстві. 5. Посилення конкурентного тиску. 6. Значний ступінь зміни потреб, смаків і вподобань покупців. 7. Несприятливі демографічні зміни. 8. Посилення позицій покупців і поставальників. 9. Несприятлива політика уряду. 10. Скорочення доходів споживачів. 11. Збільшення темпів інфляції.	3 2 2 2 2 3 2 1 2 2 1
Внутрішнє середовище				
Сильні сторони: 1. Високий рівень підприємства. 2. Висока кваліфікація персоналу. 3. Висока компетентність. 4. Наявність інноваційних можливостей. 5. Висока трудова етика. 6. Добра система контролю якості. 7. Відповідність організаційної структури. 8. Передова технологія, сучасне обладнання. 9. Переваги в сфері якості товарів. 10. Висока продуктивність праці. 11. Високий рівень ефективності діяльності підприємства. 12. Ефективна організація збуту. 13. Ефективна організаційна структура. 14. Чітко розроблені стратегічні альтернативи.	Поле Сили і Можливостей <i>Альтернативи розвитку:</i> – Вихід на нові ринки високоякісним товарами. – Ефективна організація збуту дозволить завоювати нові сегменти ринку. – Високий імідж забезпечить завоювання ринкових ніш. – Введення в дію сприятливих законодавчих актів підвищать рівень ефективності діяльності. <i>Стратегічні проблеми:</i> – Більша чіткість у розробці нових ринків збуту. – Розширення інноваційних технологій для завоювання сегментів ринку. – Створити більш адекватну організаційну структуру для впровадження концепції завоювання нових ринків та їх сегментів.	Поле Сили і Загроз <i>Стратегічні проблеми:</i> – Несподівані зміни у законодавстві України. – Несподівані зміни у потребах споживачів. – Низька можливість інноваційних можливостей. – Розробка стратегічного плану розвитку підприємства. <i>Стратегічні альтернативи:</i> – Задовольняти найрізноманітніші смаки високою якістю товарів. – Висококваліфікований персонал має досліджувати смаки споживачів та випереджувати зміни попиту. – Ефективна організація збуту дозволить задовольнити усіх потенційних споживачів продукції. – Високий імідж товарів видавництва буде привертати споживачів, незалежно від їх смаків.		
Слабкі сторони: 1. Недосконала система інформації. 2. Низький рівень організації маркетингової діяльності. 3. Недостатньо широкий асортимент товарів. 4. Високі витрати. 5. Низька рентабельність підприємства. 6. Нестабільні позиції в конкурентній боротьбі.	Поле Слабкості і Можливості <i>Стратегічні проблеми:</i> – Повільний розвиток економіки завважає швидкому темпу росту виробництва. – Нестабільність у суспільстві породжує невизначеність. – Висока собівартість продукції. <i>Стратегічні альтернативи:</i> – Вихід на нові ринки сировини та матеріалів. – Вихід на нові ринки передбачає підвищення рівня організації маркетингової діяльності.	Поле Слабкості і Загроз <i>Альтернативи розвитку:</i> – Необхідно зменшувати витрати шляхом зниження собівартості продукції. – Підвищення організації маркетингової діяльності, щоб протистояти змінам потреб споживачів. <i>Стратегічні проблеми:</i> – Посилення конкурентного тиску. – Швидкі зміни уподобань населення не передбачається маркетинговою службою підприємствами.		

графічній галузі та охарактеризовано внутрішнє середовище функціонування видавничо-підприємницьких структур.

Незважаючи на значний інтерес до окресленої проблематики з боку науковців та фахівців, дії, які видавничі підприємства повинні вживати, щоб економічно зрости, не окреслені.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Сучасні умови розвитку національної економіки, прискорення змін та ускладнення зовнішнього середовища, зростання рівня конкуренції спонукають видавничі підприємства ставати більш гнучкими, постійно реагувати на зміни зовнішнього середовища, розробляти та реалізувати проекти змін своєї діяльності, які повинні відбуватися без втрати контролю над підприємством. В зв'язку з цим, постає питання про підтримку підприємства в бажаному конкурентному стані, що потребує його постійного розвитку як виробничо-економічної системи.

Мета статті. Головною метою роботи є здійснення SWOT-аналізу, що сприятиме систематизуванню факторів конкурентоспроможності видавничого підприємства, що, як наслідок, забезпечить економічне зростання підприємства.

Виклад основного матеріалу. Розвиток ринку та ринкових відносин змушує підприємство стати невід'ємним учасником конкурентної боротьби за прихильність споживача для досягнення своїх цілей, забезпечення прибуткової та ефективної діяльності. На сьогодні для цього у наявному ринковому середовищі підприємству необхідно швидко реагувати, формувати та реалізовувати свої конкурентні переваги та бути переможцем у конкурентній боротьбі.

Аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища видавничих підприємств надав нам інформацію, яка дала нам можливість, узагальнюючи всі дані, скласти перелік сильних і слабких сторін, а також загроз і можливостей. Для визначення ланцюжків зв'язків складаємо матрицю SWOT.

У лівій частині матриці SWOT виявлені сильні та слабкі сторони видавничих підприємств з оцінкою їх значущості, а у верхню частину матриці вписуються виявлені можливості та загрози зовнішнього середовища з оцінкою їх значущості для підприємств. Потім проводиться оцінка результатів.

На основі складеної матриці SWOT для формування стратегічних проблем підприємства і стратегічних альтернатив його розвитку необхідно у кожному полі матриці встановити та проаналізувати всі парні комбінації сильних і слабких сторін підприємства з можливостями та загрозами в зовнішньому середовищі, орієнтуючись на оцінку значущості в балах даних факторів. При цьому варто виявити головні проблеми та сформулювати стратегії розвитку підприємства.

Поле СИМ (сила і можливості) припускає стратегії, що використовують сильні сторони підприємства для реалізації можливостей, що з'явилися у зовнішньому середовищі.

Для виявлення **головних стратегічних проблем** у даному полі матриці необхідно відібрати парні комбінації сильних сторін підприємства з мінімальною оцінкою (1 бал) і можливостей у зовнішньому середовищі, оцінених максимальною кількістю балів (3 бали).

Для формування **стратегічних альтернатив** розвитку підприємства в поле СИМ необхідно відібрати парні комбінації сильних сторін і можливостей із максимальною оцінкою (3 бали).

Поле СІЗ (сила і загрози) припускає стратегії, що використовують сильні сторони для усунення загроз у зовнішньому середовищі.

Комбінації сильних сторін із мінімальною оцінкою (1 бал) і загроз із максимальною значущістю (3 бали) повинні бути віднесені до стратегічних проблем підприємства.

Для виявлення стратегічних альтернатив розвитку підприємства у даному полі варто орієнтуватися на максимальну оцінку 3 бали як сильних сторін підприємства, так і загроз у зовнішньому середовищі.

Поле СЛМ (слабкість і можливості) припускає стратегії, що мінімізують слабкі сторони підприємства, використовуючи можливості ситуації на ринку.

Комбінації слабких сторін підприємства з максимальною оцінкою (3 бали) і можливостей у зовнішньому середовищі з мінімальною оцінкою їх значущості (1 бал) варто віднести до головних стратегічних проблем.

Таблиця 2

Вихідні дані для складання переліку стратегічних проблем підприємства

Поле матриці SWOT	Стратегічні проблеми, сформульовані на основі виявлення парних комбінацій сильних і слабких сторін підприємства з можливостями та загрозами в зовнішньому середовищі
СИМ	1. Більша чіткість у розробці нових ринків збуту. 2. Розширення інноваційних технологій для завоювання сегментів ринку. 3. Створити більш адекватну організаційну структуру для впровадження концепції завоювання нових ринків та їх сегментів.
СЛМ	1. Повільний розвиток економіки заважає швидкому темпу росту виробництва. 2. Нестабільність у суспільстві породжує невідповідність. 3. Висока собівартість продукції.
СІЗ	1. Несподівані зміни у законодавстві України. 2. Несподівані зміни у потребах споживачів. 3. Низька можливість інноваційних можливостей.
СЛЗ	1. Посилення конкурентного тиску. 2. Швидкі зміни попиту населення не передбачаються маркетинговою службою.

Таблиця 3

Вихідні дані для складання переліку стратегічних альтернатив розвитку підприємства

Поле матриці SWOT	Стратегічні альтернативи, сформульовані на основі виявлення парних комбінацій сильних і слабких сторін підприємства з можливостями та загрозами в зовнішньому середовищі
СИМ	1. Вихід на нові ринки з високоякісним товаром. 2. Ефективна організація збуту дозволить завоювати нові сегменти ринку. 3. Високий імідж забезпечить завоювання ринкових ніш. 4. Введення в дію сприятливих законодавчих актів підвищить рівень ефективності діяльності.
СЛМ	1. Вихід на нові ринки сировини та матеріалів. 2. Вихід на нові ринки передбачає підвищення рівня організації маркетингової діяльності.
СІЗ	1. Задовольняти попит високою якістю товарів. 2. Висококваліфікований персонал має досліджувати смаки споживачів та випереджувати зміни попиту. 3. Ефективна організація збуту дозволить задовольнити усіх потенційних споживачів продукції. 4. Високий імідж товарів видавництва буде привертати споживачів, незалежно від зміни їх смаків.
СЛЗ	1. Необхідно зменшувати витрати, зменшуючи собівартість продукції. 2. Підвищення організації маркетингової діяльності з метою задовольнити попит споживачів.

При визначенні можливих стратегій розвитку підприємства у даному полі матриці необхідно орієнтуватися на максимальну значущість можливостей у зовнішньому середовищі та максимальну оцінку слабких сторін.

Поле СЛЗ (слабкість і загрози) припускає стратегії, що мінімізують як слабкі сторони підприємства, так і загрози, що з'явилися у зовнішньому середовищі.

Для виявлення головних стратегічних проблем підприємства необхідно скласти комбінації слабких сторін і погроз із максимальною оцінкою 3 бали.

При визначенні можливих стратегій розвитку підприємства варто також орієнтуватися на максимальну оцінку (3 бали) слабких сторін підприємства і загроз у зовнішньому середовищі.

Щоб визначити пріоритетність якогось поля матриці SWOT, необхідно розрахувати частку кожного поля, виходячи з бальних оцінок факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Виявлені парні комбінації сильних і слабких сторін підприємства з можливостями та загрозами в зовнішньому середовищі доцільно систематизувати в таблицях, що рекомендуються, а саме таблицях 2 і 3.

Висновки і пропозиції. Складні умови економічних перетворень характеризуються посиленням процесів глобалізації та загостренням конкуренції на всіх її рівнях, що вимагає від господарюючих суб'єктів пошуку нових напрямків і пріоритетів їх конкурентоспроможного розвитку.

На основі проведеного дослідження варто виділити таку систему факторів конкурентоспроможності видавничого підприємства, що допоможуть забезпечити економічне зростання:

1. Конкурентоспроможність продукції: економічні фактори, організаційні фактори, споживачькі фактори, індивідуальні фактори, екологічні фактори, репутація підприємства.

2. Виробничо-технологічні: виробнича потужність, продуктивність праці, контроль якості, можливість розширення виробництва та зниження собівартості, ритмічність виробництва, можливість модернізації виробництва.

3. Організаційні: ефективність просування товарів, ефективність каналів поставки сировини, взаємодія із зовнішньою середою.

4. Маркетингові: ефективність товарної політики та цінової політики, підтримка систем розповсюдження та просування, ефективність структури служби маркетингу та маркетингових стратегій.

5. Кадрова система та управління: забезпеченість кадрами потрібної кваліфікації, ефективність системи підвищення кваліфікації та мотивації, якість управлінської інформації, що використовується.

6. Фінансово-економічні: фінансова стійкість, платоспроможність та фінансування, рентабельність.

7. Бар'єри входу у галузь: ефект масштабу, диференціація товарів, обмежений попит, економічні бар'єри, адміністративні обмеження.

8. Державне регулювання: фінансова підтримка.

Список літератури:

1. Артеменко В.О. Структура чинників впливу на конкурентоспроможність підприємств АПК / В.О. Артеменко, С.І. Мельник // Управління проектами та розвиток виробництва: зб. наук. пр. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2010. – № 4 (36). – С. 104-110. – Режим доступу: <http://www.pmdp.org.ua/images/Journal/36/10avokpa.pdf>.
2. Данилов-Данильян В.И. Устойчивое развитие (теоретико- методологический анализ) // Экономика и математические методы. – 2003. – № 2. – С. 123-133.
3. Колесніков А.П. Засади механізму забезпечення стійкого розвитку підприємств / А.П. Колесніков // Інноваційна економіка. – 2013. – № 3 (41). – С. 97-100.
4. Сальдо В.В. Проблеми конкурентоспроможності національної економіки та перспективи вступу до СОТ / В.В. Сальдо // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – Вип. 3, т. 2. – 2007. – С. 119-124.
5. Теремко В.І. Основні засади видавничого бізнесу [Текст]: навч. посіб. / В.І. Теремко. – К.: Академвидав, 2009. – 136 с.
6. Хейс Р., Уилрайт С., Кларк К. Динамическое производство // Как добиться успеха / под ред. В.Е. Хруцкого. – М.: Политиздат, 1991. – 513 с.
7. Швайка Л.А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі / Л.А. Швайка, А.М. Штангрет. – Львів: Українська академія друкарства, 2008. – 480 с.
8. Швайка Л.А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва: монографія / Швайка Л.А. – Львів: Українська академія друкарства, 2005. – 432 с.
9. Яремик Х.Я. Економічні особливості видавничого бізнесу / Х.Я. Яремик // Вісник Хмельницького національного університету України. – Хм., 2012. – № 1. – С. 111-116.

Марковская А. К.

Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт»

ЕКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ ИЗДАТЕЛЬСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Резюме

Выделены уровни конкурентоспособности предприятия. Проанализирована внешняя и внутренняя среда издательских предприятий. Выявлены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для издательских предприятий с оценкой их значимости. Составлена матрица SWOT.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, рынок, развитие, стратегия, фактор.

Markovskaya A. K.
National Technical University of Ukraine
«Kiev Polytechnic Institute»

ECONOMIC GROWTH OF THE PUBLISHING COMPANY IN THE COMPETITIVE ENVIRONMENT IN MODERN CONDITIONS

Summary

Dedicated level of competitiveness. Analyzed external and internal environment of the publishing companies. The identified strengths, weaknesses, opportunities and threats for publishing companies assess their significance. Done SWOT matrix.

Keywords: competitiveness, enterprise, market development, strategy factor.

УДК 658.1:502/504

Матросова В. О.
Доуртмес П. О.

Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

БАЗОВА ОСНОВА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ

У статті розглядаються питання дослідження фінансового потенціалу промислового підприємства на основі базових факторів впливу як фундаментальне першоджерело визначення потенційних фінансових можливостей господарюючого суб'єкта. Пропонується визначити необхідну масу фінансових ресурсів для реалізації стратегічних цілей на основі результатів фундаментальних досліджень грошової маси із коригуванням показників у якості оціночних критеріїв фінансового потенціалу підприємства.

Ключові слова: фінансовий потенціал, промислове підприємство, стійкість, фінансові ресурси.

Постановка проблеми. Фінансовий потенціал промислового підприємства є одним із основних елементів загального економічного потенціалу, який визначає можливість життєдіяльності, зростання та розвитку підприємства на основі наявності та мобілізаційної здатності фінансових ресурсів у всіх формах. Рівень фінансового потенціалу як перспективних можливостей за визначенням базується на взаємовідношенні фактичних фінансових ресурсів, які є у наявності, та необхідних фінансових ресурсів для вирішення поточних завдань в процесі роботи по досягненню стратегічних цілей. Множина факторів, які мають вплив на формування фінансових ресурсів, має базову фундаментальну основу, яка потребує осмислення та систематизації.

На тлі сучасних проблем асиметрії соціально-економічного та екологічного розвитку, дисонансу розвитку та регресу основних елементів соціального буття «виробництва – екології – соціуму» для відновлення порушеної симетрії неможливо концентрувати увагу лише на найкращому задоволенні потреб споживачів, фінансових можливостях та виробничих потужностях, необхідно розглядати весь механізм суспільного виробництва та відтворення із точки зору трьох його елементів: робочої сили, засобів та предметів праці, що означає взаємодію людини із природою у процесі задоволення потреб суспільства у контексті стійкості глобальної системи. Завданням може стати створення високоєфективного глобально стійкого механізму суспільного відтворення, одним із визначальних елементів якого є суспільне виробництво та трансформація частини фінансового ефекту на відновлювальні проекти заради збереження середі існування [1, с. 112].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Управлінню фінансовими ресурсами як складової

загального економічного потенціалу підприємства присвячені роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних авторів: Є.В. Стоянова, М.І. Баканова, О.Д. Шеремета, В.В. Ковальова, І.А. Бланка, Е.Ж. Хелферт, К. Друрі, Л.А. Бернстайл, Ю. Бріггем, Н.С. Краснокутської, О.С. Федоніна, І.М. Рєпіної, В.Н. Гавви, Є.В. Лапіна, О.І. Олексюа та інших. Більшість авторів визначають фінансовий потенціал як забезпеченість підприємства фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування, ефективність їх розміщення та використання. Забезпеченість підприємства фінансовими ресурсами із урахуванням джерел їх походження визначає його фінансовий стан та стійкість, що у свою чергу впливає на потенційні можливості як базова основа фінансового потенціалу. Аналіз останніх публікацій із проблем оцінки фінансового потенціалу показує, що в якості критеріїв оцінки пропонується використовувати показники прибутковості, ліквідності, платоспроможності, інвестиційної привабливості та інші.

Дослідженнями проблем економічного розвитку та економічної стійкості займалися такі класики, як Й. Шумпетер, В. Леонт'єв, Л. Абалкін, П. Буніч, Н. Лебедева, Е. Стоянова, Е. Лобанова та інші. Теорію стійкості функціонування складних систем розвивали такі вчені, як В. Арнольд, Д. Джозеф, Ж. Йосс, М. Месарович, М. Моїсєєв, М. Морішима, А. Орлов, В. Острейковський, Я. Такахара та ін. На даний час стійкість визначено як упорядкованість, незмінність, рівновага стану системи, її структури, окремих підсистем, процесів та зв'язків.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Питання стійкості економічних систем та промисловості активно обговорюються науковцями, проте переважна увага дослідників зосереджена на