

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

**Поліщук І.І., Коновал В.В., Середницька Л.П.**

**МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ:  
СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ  
РОЗВИТКУ**

*Монографія*

**Вінниця 2019**

УДК 658:339.92:005

П 50

*Рекомендовано до друку  
рішенням вченої ради Вінницького торговельно-економічного  
інституту КНТЕУ (протокол № 11 від 25.11.2019 р.)  
Рішенням вченої ради Київського національного  
торговельно-економічного університету (протокол № 5 від 30.01.2020 р.)*

*Монографія «Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку» є результатом дослідження госпдогвірної кафедральної (кафедри маркетингу та реклами) науково-дослідної теми «Розвиток маркетингового потенціалу підприємства» (№ державної реєстрації 0116U003745), яка розпочата у січні 2016 р.*

*Під науковою редакцією Поліщук Ірини Ігорівни, доктора економічних наук, доцента, завідувача кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ КНТЕУ.*

*Авторський колектив:*

**Коновал Вікторія Вікторівна**, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ КНТЕУ;

**Середницька Людмила Петрівна**, старший викладач кафедри маркетингу та реклами ВТЕІ КНТЕУ..

*Рецензенти:*

**Мельник Т.М.**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри зовнішньоекономічної діяльності підприємства КНТЕУ (Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ);

**Гончар О.І.**, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу і торговельного підприємництва ХНУ (Хмельницький національний університет Міністерства освіти і науки України, м. Хмельницький);

**Станкевич І.В.**, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та менеджменту ОНАЗ ім. О.С. Попова (Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова, м. Одеса);

**Касьяненко М.І.**, директор ПрАТ «Володарка» (м.Вінниця)

*І.І. Поліщук, В.В. Коновал, Л.П. Середницька.*

**Маркетинговий потенціал: стратегічні орієнтири розвитку: Монографія. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. 284 с.**

**ISBN 978-966-629-957-7**

У монографії досліджено теоретичні основи стратегічного управління маркетинговим потенціалом підприємства. Проведено оцінювання аналітичних складових стратегічного управління маркетинговим потенціалом підприємства. Встановлено та досліджено концептуальні підходи до управління маркетинговим потенціалом підприємств. Обґрунтовано стратегічні підходи щодо удосконалення управління маркетинговим потенціалом підприємств.

Монографія призначена для науково-педагогічних працівників, науковців, керівників підприємств, здобувачів вищої освіти економічних спеціальностей.

## ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	8
1.1. Наукові підходи до визначення економічної сутності маркетингового потенціалу.....	8
1.2. Фактори формування і розвитку стратегічного маркетингового потенціалу підприємства.....	36
1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства.....	56
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНІ СКЛАДОВІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	71
2.1. Аналіз тривірневого зовнішнього середовища маркетингового потенціалу підприємства.....	71
2.2. Аналіз факторів формування маркетингового потенціалу підприємств легкої промисловості Вінницької області.....	92
2.3. Оцінка складових маркетингового потенціалу підприємств.....	117
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ.....	134
3.1. Моделювання динаміки маркетингового потенціалу підприємств.....	134
3.2. Розробка моделі оптимізації маркетингового потенціалу підприємств засобами клієнтоорієнтованої збутової політики.....	148
3.3. Визначення параметрів моделі маркетингового потенціалу підприємства.....	167
РОЗДІЛ 4. СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ...	191
4.1. Рефлексивно-орієнтована концепція управління маркетинговим потенціалом підприємств.....	191
4.2. Управління маркетинговим потенціалом підприємств засобами краудсорсингу.....	204
4.3. Застосування клієнтоорієнтованого підходу до стратегічного управління маркетинговим потенціалом підприємства.....	235
ВИСНОВКИ.....	247
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	251
ДОДАТКИ.....	272

## ПЕРЕДМОВА

Управління маркетинговим потенціалом посідає центральне місце і визначальним чином впливає на конкурентоспроможність та можливості розвитку у майбутньому як окремого підприємства, так і на економіку країни в цілому. Економічна наука багато уваги приділяє вивченню економічних систем на різних рівнях їх організації. Особливо актуальною проблемою теорії та практики розвитку національної економіки є формування, оцінювання та використання маркетингового потенціалу підприємницьких структур, який забезпечує підвищення їх ділової активності, посилення ринкової позиції та підвищення конкурентоспроможності. У сучасних умовах українські товаровиробники продовжують втрачати переваги як на внутрішньому ринку, оскільки обсяги імпорту продукції легкої промисловості в Україну стабільно зростають, так і на зовнішньому – через невідповідність якості товарів міжнародним стандартам. Традиційні методи ринкової поведінки не дозволяють забезпечувати високі конкурентні позиції, результативність діяльності підприємств. Інтеграція і глобалізація, в поєднанні з ринковою трансформацією споживчих цінностей і пріоритетів, низькою купівельною спроможністю переважної частини жителів України, вимагають застосування нових підходів до стратегічного управління підприємствами, інтеграції принципів, методів та інструментів управління маркетинговим потенціалом промислових підприємств на основі проактивного підходу.

Необхідність наукового дослідження визвано тим, що ефективна реалізація маркетингового потенціалу стає базисом конкурентоспроможності, інноваційності та забезпечення перспектив розвитку підприємств. Підвищить результат запровадження клієнтоорієнтованого підходу в діяльність підприємств використання краудтехнологій, успішна реалізація ринкових здатностей і спроможностей персоналу. Активна ринкова позиція є передумовою реалізації маркетингового потенціалу, адаптування підприємства до невизначеностей зовнішнього середовища та уникнення загроз міжнародної інтеграції.

Адаптуванню сприятиме розробка і реалізація механізму стратегічного управління маркетинговим потенціалом підприємства, спрямованого на забезпечення ринкових переваг і розвиток перспективних можливостей підприємства, таких як: застосування сучасних інфокомунікаційних технологій, випуск конкурентної продукції, що відповідає вимогам міжнародних стандартів, уникнення та зниження підприємницьких ризиків, ефективна реалізація складових потенціалу.

Найсуттєвіші результати, що характеризують наукову новизну дослідження полягають в суттєвому доповненні теоретико-методологічних положень, спрямованих на розв'язання наукового завдання щодо стратегічного управління маркетинговим потенціалом підприємства, а саме:

- в ході дослідження теоретичних основ стратегічного управління маркетинговим потенціалом підприємства в контексті: огляду наукових підходів до визначення економічної сутності маркетингового потенціалу запропоновано розглядати маркетинговий потенціал підприємства з позиції клієнтоорієнтованого підходу і визначено його сутність; факторів формування і розвитку стратегічного маркетингового потенціалу підприємства запропоновано варіант структуризації маркетингового потенціалу підприємства з урахуванням завдання максимізації задоволення потреб і вимог споживачів і визначено у складі потенціалу маркетинговий потенціал якості продукту, маркетинговий потенціал вартості продукту, маркетинговий потенціал доставки продукту, інноваційний маркетинговий потенціал і потенціал маркетинговий гнучкості; методичних підходів до оцінки ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства, що на відміну від існуючих, крім оцінки виробничої, матеріальної і кадрової складових були аргументовані і додані оцінки техніко-технологічної та інформаційної складових, визначені показники аналізу руху, поточного стану і ефективності використання по даним складовим. Уточнений і наочно представлений алгоритм методики;

- в ході дослідження аналітичних складових стратегічного управління маркетинговим потенціалом підприємства, а саме аналізу трирівневого зовнішнього середовища маркетингового потенціалу

підприємства, факторів формування маркетингового потенціалу підприємств легкої промисловості Вінницької області та оцінки складових маркетингового потенціалу підприємств, встановлено те, що незважаючи на ряд проблем, які склалися в розвитку легкої промисловості України, все ж таки її варто розглядати як перспективну галузь;

– в ході дослідження концептуальних підходів до управління маркетинговим потенціалом підприємств проведено моделювання динаміки маркетингового потенціалу підприємств, запропоновано алгоритм оптимізації маркетингового потенціалу підприємств легкої промисловості засобами клієнтоорієнтованої збутової політики, розроблено алгоритм оптимізації асортименту продукції підприємства легкої промисловості засобами клієнтоорієнтованої збутової політики з метою вирішення проблеми вибору оптимального плану максимізації прибутку, визначено параметри моделі маркетингового потенціалу підприємства;

– запропоновано стратегічні підходи до удосконалення управління маркетинговим потенціалом підприємств, а саме: сформовано та обґрунтовано рефлексивно-орієнтовану концепцію управління маркетинговим потенціалом підприємства, удосконалено управління маркетинговим потенціалом підприємства засобами краудсорсингу, визначено застосування клієнтоорієнтованого підходу до стратегічного управління маркетинговим потенціалом підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що положення дослідження доведені до рівня конкретних методик і практичних рекомендацій, спрямованих на формування механізму ефективного стратегічного управління маркетингового потенціалу підприємства, що дають можливість утримувати зайняту позицію на ринку, ефективно використовувати підприємством умови зовнішнього середовища для створення, підтримки та посилення конкурентних переваг та оперативно виявляти нові можливості вдосконалення маркетингової діяльності, оцінювати ефективність використання наявних ресурсів та відшукувати приховані резерви з метою підвищення результативності маркетингової взаємодії підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Allen, R., Parrish, E., Cassill, N. & Oxenham, W. Assessing the validity of a niche strategy model in predicting the potential and success of niche markets and products. *Journal of the Textile Institute*. 2012. 103 (8). P. 900-911.
2. Berdine, M., Parrish, E., Cassill, N.L., Oxenham, W.O., & Jones, M.R. Analysis of supply chain strategies used by the United States' textile and apparel industries. *Research Journal of Textile and Apparel*. 2008. 12 (3). P. 1-17.
3. Corbetta L.M., Claridgey G.S. Key manufacturing capability elements and business performance. *International J. Of Production Research*. 2002. 40(1). P.109-131.
4. Duray R. Mass customization origins: Mass or Custom Manufacturing? *International J of Operations and Production Management*. 2002. №22: P.314–328.
5. Frederick, S. & Cassill, N. Industry Clusters and Global Value Chains: Analytical Framework to study the New World of Textiles. *The Journal of the Textile Institute*. 2009. №100 (8). P.668-681.
6. Hayes R.H., Wheelwright S.C. Link Manufacturing Process and Product Life Cycles. *Harvard Business Review*. 1979. №57. P.133–140.
7. Noble M.A. Manufacturing strategy: testing the cumulative model in a multiple country context. *Decision Sciences*. 1995. №26. P. 693-721.
8. Rotter J.B. Internal versus external control of reinforcement: A case history of a variable. *American Psychologist*. 1989. № 45. P.489–493.
9. Sboui C.B., Rabenasolo A.M. Jolly-Desodt et H. Dewaelle. Optimisation Dynamique de la de Taille d'approvisionnement. *La Filiere textile*. MOSIM'01. 2001. P. 551-558.
10. Skinner, W., «Manufacturing —Missing link in corporate strategy». *Harvard Business Review*. May-June 1969, pp. 136-145.

11. Tangboonritruthai, S.T.; Oxenham, W.; Cassill, N.L; & Parrish, E.D. The Integration of Technology and Management in the Competitiveness of the United States Short Staple Yarn Manufacturing Industry. *Journal of Textiles*. 2014.
12. Zvang Q., Vonderembse M.A., Lim Jeen-Su. Manufacturing flexibility: defining and analyzing relationships among competence, capability and customer satisfaction. *J. of Operations Management*. 2003. 21, Issue 2. P. 173—191.
13. Авдеенко В. И., Котлов В. А. Производственный потенциал промышленного предприятия: учебник. М.: Экономика, 2006. 208 с.
14. Азаренкова Г. М., Журавель Т. М., Михайленко Р. М.. Фінанси підприємств: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни. К.: Знання-Прес, 2006. 288 с.
15. Андреев Р.О. Види аналізу та їх використання при аналізі результативності виробничої програми підприємства. *Формування економічних відносин в умовах становлення ринку: Збірник наукових праць*. Т.: Економічна думка. 2006. Вип. 5. С. 33.
16. Андросова Т.В. Основные направления управления ресурсным потенциалом современного предприятия. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Каразіна, присвячений 200-річчю університету. Економічна серія*. X. 2005. №634. С. 123.
17. Андрощук Д.В. Визначення структури потенціалу підприємства: фінансовий аспект. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2005. Т. 1. Ч. 2. № 4. С. 54.
18. Анісімова М. В., Загорецька О.Я. Розширення методів відтворення основних засобів на підприємстві. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. №6. С.191-196.
19. Антонів В.Б. Математичне моделювання вибору інноваційних стратегій розвитку динамічних економіко-виробничих систем: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидат економічних наук: спеціальність 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. Львів, 2009.



20. Антонова Г.А. Ресурсний потенціал підприємств видавничо-поліграфічної галузі: теоретико-прикладні аспекти URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvnudpsu/2009\\_3/2009\\_3\\_Antonova.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvnudpsu/2009_3/2009_3_Antonova.pdf).
21. Апчерч А. Управленческий учет: принципы и практика. Пер. с англ.; под ред. Я. В. Соколова, И. А. Смирновой. М. : Финансы и статистика, 2002. 952 с.
22. Ареф'єва О.В., Харчук Т.В. Економічні засади формування потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. №7. С. 71-76.
23. Архангельский В. Н., Зиновьев Л. Е. Управление научно-техническим прогрессом в машиностроении: Вопросы развития научного комплекса отрасли. М. 1983. С. 248.
24. Аткина Н. А., Ханжина В. Л. , Попов Е. В. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2003. № 2. С. 23–29.
25. Бабенко І. Коли стане конкурентною легка промисловість? *Діловий вісник*. 2011. №5. С. 10.
26. Багиев Г.Л. Методы получения и обработки маркетинговой информации: пособие. С-Пб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1996. 212 с.
27. Базилюк Я.Б. Конкурентоспроможність національної економіки: сутність та умови забезпечення: монографія. К.: НІСД, 2002. 346 с.
28. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою. *Навчальний посібник*. К. Центр учбової літератури. 2011. 240с.
29. Баранчеев В. П., Стрижов С. Г. Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия. *Маркетинг*. 1994. № 3. С. 42–50.
30. Бартова Е.В. Сущность и структура производственного потенциала промышленного предприятия. *Российское предпринимательство*. 2010. №12 Вып.1 (173). С.65-69. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/11185/>.
31. Бачевський Б.Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства. К.: Центр учбової літератури. 2009. 400с.

32. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. М.: ИНФРА. 2012. 215 с.
33. Берлин А., Арзамов А. Планирование капитальных вложений на предприятии в условиях инвестиционного кризиса. *Проблемы теории и практики управления*. 2001. № 3. С. 70–74.
34. Бескорвайная С.А. Оценка использования технического потенциала экономического субъекта (на примере полиграфических предприятий): автореферат дис. канд. эконом. наук: 08.00.05. М. 2005. 234 с.
35. Білоусько Н. Л. Вплив забезпеченості основними засобами на економічну ефективність підприємства. *Економіка & держава*. 2013. №4. С.84-87.
36. Бланк И. А. Управление прибылью. Библиотека финансового менеджера ; вып. 2. К.: Ника-Центр. 1998. 544 с.
37. Бланк И.А. Управление активами: учебник К.: «Ника –Центр». 2000. 720 с.
38. Болотный К. Д., Ротко Н. В. Производственный потенциал и пути его использования. Вопросы совершенствования управления на предприятиях, в ПО сельскохозяйственного машиностроения : межвуз. сб. Ростов на/Д. : Ин-т с.-х. машиностроения. 1983. 180 с.
39. Большой экономический словарь: под ред. А. Н. Азрилияна. 7-е изд., доп. М.: Ин-т новой экономики, 2010. 1472 с.
40. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир. 2007. 860 с.
41. Бурман К. Нематериальные организационные способности как компонент стоимости предприятия. *Управление предприятием*. 2003. № 3. URL: [http://va-silievaa.narod.ru/ptpu/16\\_3\\_03.htm](http://va-silievaa.narod.ru/ptpu/16_3_03.htm).
42. Бурцев В. В. Совершенствование системы управления сбытом продукции. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2002. № 6.

43. Валеева Ю.С., Исаева Н.С. Диагностика производственно-финансового потенциала промышленного предприятия. *Экономический анализ: теория и практика*. 2007. № 1. С. 38-43.
44. Варданян Л.Е., Канащенков А.И., Носов А.В. и др. Книга делового человека. Справочник. Под ред. Г.А. Краюхина, Э.С. Минаева. М.: Выс. шк., 1993. 350 с.
45. Василевский А.Б. Повышение прибыльности агропредприятия на основе управления товарным ассортиментом: Автореф. дисс.... канд. экон. наук. Челябинск, 1997. С. 9-10.
46. Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грیشнова О. А., Керб Л.П. Управління трудовим потенціалом : навч. посібник. К. : КНЕУ, 2005. 403 с.
47. Велика радянська енциклопедія. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
48. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Укладач В.Бусел. Перун. 2009, 1736с.
49. Верховская О. Р. Динамические способности фирмы: что необходимо, чтобы они были способностями. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. Экономика*. 2006. № 4. С. 183–185.
50. Веселков А.Т. Шляхи оптимізації ефективності використання виробничого потенціалу підприємств. *Економіка і ринок: облік, аналіз, контроль*. 2005. № 6. С.
51. Виноградов О.А., Соломенко О. Є. Маркетинговий підхід до ціноутворення на продукцію підприємств легкої промисловості. *Легка промисловість*. 2010. № 1. С. 36-37.
52. Влюсюк Г.В. Аналіз та оцінка існуючих систем управління витратами. *Держава та регіони*. №6. 2009. С.78-79.
53. Войнаренко М., Зінченко С., Злепко С. Вдосконалення методів оцінки діяльності машинобудівних підприємств при прийнятті фінансових рішень. *IX Міжнародна конференція «Контроль і управління в складних системах (КУСС-2008)»*. Вінниця 21-24 жовтня 2008 року.

54. Войцеховська Ю.В., Войцеховська В. В., Висоцький А. Л. Методи прогнозування розвитку виробничого потенціалу підприємств. *Вісник Національного університету «Львів. політехніка»*. 2012. № 725. С. 42-48.
55. Вороніна О.О. Аналіз окремих чинників впливу на сталість фінансових результатів підприємств промисловості. *Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць*. Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. Вип. 234. Т. I. С. 236 – 244.
56. Воронкова А.Е., Пономарьов В.П., Дібніс Г.І. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства. Київ: Техніка, 2000. 152 с.
57. Гавва В.Н., Божко Е.А. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. К. : Центр навчальної літератури, 2007. 224 с.
58. Гаркавенко С.С. Маркетинг: навчальний посібник. Київ: Лібра, 2006. 717 с.
59. Гетьман О.О. Шаповал В.М. Економічна діагностика.: навчальний посібник К.: Центр навчальної літератури, 2007. 307 с.
60. Годин А. М. Маркетинг. 3-е изд.: учебник М. : Дашков и К. 2006. 402 с.
61. Головне управління статистики у Вінницькій області URL: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information.html>.
62. Голубков Е.П. Маркетинг: Словарь-справочник. М.: Дело, 2000. 440 с.
63. Гончар О. І. Актуалізація управління потенціалом підприємства за умов євроінтеграції : монографія. Хмельницький. ХНУ. 2015. 333 с.
64. Гончаров Ю.В., Марченко Т.І. Обґрунтування побудови кластерної моделі підвищення інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємств легкої промисловості України. *Легка промисловість*. 2010. №4. С.21-24.
65. Гречан А.П. Інноваційний розвиток легкої промисловості України.: монографія. Київський національний університет технологій та дизайну. К.: КНУТД, 2004. 268с.

66. Гречан А.П. Теоретичні засади визначення інноваційного потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2005. № 7. с. 34-37.
67. Григор'єва Л.В. Формування структури маркетингового потенціалу підприємств легкої промисловості: монографія. За заг. ред. Н. Б. Кирич; Хмельницький національний університет, Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, Академія соціального управління. Хмельницький. Т.: Терно-граф, 2011. 344 с.
68. Грищенко І.М. Легка промисловість України: теоретико-методологічні засади управління розвитком в умовах інтеграції до СОТ: монографія; за ред. Ю.В. Гончарова. Київський національний університет технологій та дизайну. К.: КНУТД, 2011. 332 с.
69. Грэм Д. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2008. 368с.
70. Дайан А., Букерель Ф., Ланкар Р.. Академия рынка: Маркетинг. Пер. с франц. М.: Экономика, 1993. 572с.
71. Данюк В. М., Петюх В. М., Цимбалюк С. О. Менеджмент персоналу: підручник К.: КНЕУ, 2004. 398 с.
72. Дацій Н. В. Принципи формування та нарощення виробничого потенціалу регіону. *Економіка & держава*. 2010. №11. С.101-103.
73. Дегтяр Н. В. Кадрова складова як стратегічний чинник інноваційного розвитку підприємства. *Економіка, фінанси, право*. 2011. №9. С.3-6.
74. Дейнеко Л.В., Завгородня М. Ю. Посткризовий розвиток текстильної промисловості України. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2011. Вип.2. URL: <http://nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/texts.html>.
75. Демченко М.В., Ирхин Л.А., Омельченко Т.В. Самофалов А.В. Региональные аспекты внешнеэкономической сферы экономики: монография Ростов–на–Дону: изд. РГЭУ «РИНХ», 2007. 153 с.

76. Денисенко М. П. Дослідження інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості: стан і проблеми. *Фондовий ринок*. 2008. № 6. С. 22-28.
77. Денисенко М. П., Воронкова Т. Є. Активізація інноваційної діяльності промислових підприємств. *Проблеми науки*. 2011. №2. С.15-21.
78. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
79. Дехтяр Н. А. Обґрунтування вибору стратегії фінансування оборотного капіталу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 7. С. 90–100.
80. Дихтль Е., Хёршген Х. Практический маркетинг.: учебник М.: ИНФРА-М, 1996. С.95-97.
81. Добикіна О. К., Рижиков В.С., Касьянюк С.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка.: навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2007. 208 с.
82. Дойль, П. Менеджмент: стратегия и тактика.: учебник. 2-е узд. СПб.: Питер, 1999. 559 с.
83. Долгий, А. Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка. Москва :АСТ, 2010. 256 с.
84. Должанський І.З., Загорна Т.О., Удалих О.О., Герасименко І.М., Ращупкіна В.М. та ін. Управління потенціалом підприємства. Економіка: від А до Я : понятійно-термінологічний словник. К.: Центр навчальної літератури. 2006. 362 с.
85. Донец Ю.Ю. Эффективность использования производственного потенциала. Киев.: Знание, 1998. 123 с.
86. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения.: учебник Пер.с англ. М. Котельниковой. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. 288 с.
87. Дубницький В., Даниліна Н. Інноваційно-маркетинговий потенціал промислового підприємства як інструмент підвищення його

конкурентоспроможності на світовому ринку. *Маркетинг в Україні*. 2012. №6. С.33-40.

88. Дубров А. М., Мхитарян В.С., Трошин Л.И. Многомерные статистические методы.: учебник М.: Финансы и статистика, 1998. 352 с.

89. Ерегин Е.Ю. Управление развитием потенциала наукоемкого предприятия (на примере электронной промышленности РФ): автореф. дисс. канд. экон. наук. М., 2007. 21 с.

90. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования.: учебное пособие. М.: Финпресс. 1998. 278 с.

91. Жилінська Л.О. Основні підходи до оцінки економічного потенціалу підприємства. *Економічний часопис - XXI*. 2012. №9-10. С.53-56.

92. Завадський Й.С. Менеджмент: Management. Підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. Закл. В 2 томах. Т. 1. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2003. 640 с.

93. Завгородняя А.В., Ямпольская Д.О. Маркетинговое планирование. учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. СПб: Питер, 2002. 352 с.

94. Загорна Т.О. Економічна діагностика.: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури. 2007. 400 с.

95. Земляков М. В., Погайдак О.Б. Управління стратегічним потенціалом підприємств легкої промисловості. *Легка промисловість*. 2009. № 4. С. 38-39.

96. Иванов Н.И. Экономические аспекты производственного потенциала. Теория и практика. Донецк: ИЭПНАН Украины, 2000. 178 с.

97. Ивахник Д.Е., Григорьев В.З. Оптимизация производственной программы предприятия в условиях рыночных отношений. *Маркетинг в России и за рубежом*. 1999. № 1. С. 8-11.

98. Интрилигатор М. Математические методы оптимизации и экономическая теория. Пер. с англ. Г. И. Жуковой, Ф. Я. Кельмана. М.: Абрис-пресс, 2002. 576 с.

99. Исмаилов Н. М. Значение организации учета и анализа финансовых результатов в укреплении и наращивании экономического потенциала компании. *Економіка & держава*. 2013. №10. С.49-54.
100. Иванов В. Б., Кохась О.М., Хмелевський С.М.. Потенціал підприємства.: науково-методичний посібник. К. : Кондор. 2009. 300 с.
101. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком : навч. посібник. Суми : ВТД «Університетська книга»; К.: ВД «Княгиня Ольга», 2005. 234 с.
102. Іщук С. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств. *Регіональна економіка*. 2010. №3. С.48-56.
103. Карапейчик И. Н. Экономическая теория потенциалов: объект, предмет и понятийный аппарат. *Бізнес Інформ*. 2014. № 3. С. 71–76
104. Карпінський Б. А., Шира Т.Б. Інноваційно-технологічний потенціал підприємств регіону: аналіз формування та фінансування. *Регіональна економіка*. 2011. №2. С.77-86.
105. Кливец П. Г. Слагаемые эффективности: из опыта промышленного предприятия. М. : Экономика, 2002. 92 с.
106. Ковалев В. Финансовый анализ. Методы и процедуры.: учебник. М.: ФиС, 2003. 560 с.
107. Колесник, Е.В., Кононенко И.В., Колесник М.Э., Лобач Е.В. Процесс многокритериальной оптимизации содержания проекта при использовании методологии РМВОК. *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2014. № 2 (1045)
108. Коммерческая деятельность производственных предприятий. Под ред. О.А. Новикова, В.В. Щербакова. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1999. 416 с.
109. Коновал В.В. Управління виробничим потенціалом підприємства (на прикладі підприємств легкої промисловості): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : 08.00.04. Хмельницький, 2015. 21 с.



110. Коновал В.В. Управління виробничим потенціалом підприємства (на прикладі підприємств легкої промисловості): дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Хмельницький нац. ун-т. Хмельницький, 2015. 250 с.
111. Косянчук Т.Ф., Григор'єва Л.В.. Маркетинговий потенціал підприємства: особливості формування та оцінювання.: монографія. Хмельницький: ХНУ, 2013. 172с.
112. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. под. общ. ред. и вступ. сл. Е. М. Пеньковой. М.: Прогресс, 2012. 736 с.
113. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга. Пер. с англ. 2-е европ. изд. К.; М.; СПб.: Изд. дом "Вильямс", 1998. 1056 с.
114. Коюда О.П., Воліков В. В. Взаємозв'язок інтелектуального та інноваційного потенціалів. *Проблеми науки*. 2011. №7. С. 12-16.
115. Краснокутська Н. Дефініція поняття «потенціал підприємства» в контексті розвитку мікроекономічної теорії. *Вісник КНТЕУ*. 2011. №5. С. 54-64.
116. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2005. 352 с.
117. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка.: навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2005. 352 с.
118. Краудсорсінг URL: <http://businessoptimizing.ru/ ^crowdsourcing/2 1-whaticrowdsourcing.html>.
119. Краудсорсінг в России : быть или не быть URL: <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-50221/>.
120. Крічка Н.М. Методика та організація обліку і аналізу основних засобів. *Економіка & держава*. 2011. №6. С.73-75.
121. Круш П.В., Зеленська М.О. Виробничий потенціал підприємства з позиції клієнтоорієнтованого підходу URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/evkpi/2010/5 .Ekonomika%20p-va/18\\_kpi\\_2010\\_7.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/evkpi/2010/5 .Ekonomika%20p-va/18_kpi_2010_7.pdf)

122. Круш П.В., Зеленська М.О. Методологічні підходи до розкриття сутності категорії «потенціал підприємства». *Теорії мікро-макроекономіки : збірник наукових праць*. Київ, 2009. С. 12-18.

123. Крылова Г. Д., Соколова М. И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций : учебн. пособ. для вузов. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. 519 с.

124. Кузнецова Т.В. Вдосконалення управління кадровим потенціалом та інноваційною діяльністю експорто-орієнтованих підприємств легкої промисловості в умовах кризи. *Зовнішня торгівля: право та економіка*. 2010. №3. С.34-39.

125. Кус А. Основы маркетинга: пер. с нем. Пер. А. Ф. Павленко, В. П. Пилипчук. К. : АРТ-Прес, 1998. 272 с.

126. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с фр. СПб.: Наука, 1996. 580 с.

127. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с фр. СПб. : Наука, 1996. 589 с.

128. Лапин Е. В. Оценка экономического потенциала предприятия : монографія. Сумы : Унив. кн., 2004. 360 с.

129. Литюга Ю. В. Інвестиційний потенціал підприємства: формування та розвиток (за матеріалами хімічних підприємств України) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана. К., 2009. 19 с.

130. Лігоненко Л. Концептуальні засади економічного управління підприємством. *Вісник КНТЕУ*. 2013. №3. С.5-17.

131. Луговський О. Легка промисловість та надії на її відродження. *Легка промисловість*. 2007. № 2. С. 37-38.

132. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю. Оптимизация ассортимента продукции - предпосылка повышения конкурентоспособности. *Пищевая промышленность*. 2001. № 5. С. 42-43.

133. Мазаракі А., Мельник Т., Ізовіт В. Легка промисловість України : стан, проблеми експорту та імпорту товарів. *Вісник Київського Національного торговельно-економічного університету*. 2011. № 3. С. 5-13
134. Майорова Т.В., Диба В.М. Інтелектуальний капітал як чинник активізації інвестиційного процесу. *Фінанси України*. 2011. №12. С.41-50.
135. Макарова Г. Когнітивне моделювання у прогнозуванні економічного потенціалу підприємства. *Вісник КНТЕУ*. 2013. №4. С.81-91.
136. Мансурова Н.А. Вопросы оценки производственного потенциала фирмы: *Сб. научных трудов «Предпринимательство в переходной экономике»*. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2006. 70 с.
137. Маслак О.І., Квятковська Л.А., Безручко О.О. Особливості формування економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. №9. С.36-46.
138. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Пер. с англ. М.: Дело, 1999. 800 с.
139. Метод комплексной экспертной оценки потенциала производственного предприятия. *Вісник КДПУ ім. М. Остроградського*. 2009. Випуск 2 (55), ч. 1. [URL:http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vkdpu/PDF\\_2\\_2009\\_ch1/117.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vkdpu/PDF_2_2009_ch1/117.pdf)
140. Морозов О.Ф., Руссу Л.М. Джерела підвищення інноваційного потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. №11. С.138-147.
141. Муцянюк С.А., Титов А.Б. Управление ассортиментной политикой организации. СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2001. 31 с.
142. Надтока Т. Б., Жигуліна А. Ю. Удосконалення збутової політики підприємства коксохімічної промисловості в умовах вступу до СОТ на основі соціального підходу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 5. С. 98–102.
143. Назаренко В. М., Кошулько А. А., Назаренко Н. В. Оценка критериев оптимальности КИС производственных предприятий.

*Корпоративные системы.* 2007. № 2. С. 39–42.

144. Наумов В. Н. Маркетинг сбыта : учебное пособие. В. Н. Наумов; под научн. ред. Г. Л. Багиева. СПб.: Изд. СПб ГУЭФ, 2005. 294 с. 9.

145. Нгуен Т.Т. Ханг. Производственный потенциал полиграфических предприятий и эффективность его использования в условиях рынка: Автореф. дисс. канд. экон. наук. М., 2001. 21 с.

146. Немчинов В. С. Экономико-математические методы и модели.: учебник. М. : Наука, 1967. Т. 3. 370 с.

147. Нижник В.М., Шарко В.В. Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств легкої промисловості. *Інноваційна економіка*. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. 2012. С. 41-46

148. Норд Г. Л., Кравченко Т. В. Концептуальні аспекти розробки моделі стратегічного управління оборотним капіталом як інструменту покращення інвестиційної привабливості підприємства. *Вісник Миколаївського національного університету. Економічні науки*. Миколаїв, 2008. Т. 99. Вип. 86. С. 61–66.

149. Орлов О.А. Планирование деятельности промышленного предприятия.: ученик. К.: Скарбы, 2006. 416 с.

150. Офіційний сайт Головного управління статистики у Вінницькій області. URL: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/>.

151. Остафійчук А. В. Вдосконалення системи стимулювання праці персоналу на основі розвитку культури підприємства. *Научний вестник ДГМА*. 2009. № 2. С. 272–276.

152. Отенко И. П. Методологические основы управления потенциалом предприятия.: монография. Х. : Изд. ХНЭУ, 2004. 216 с.

153. Паливода О.М. Управління інноваційними перетвореннями на підприємствах легкої промисловості: проблеми та шляхи вирішення. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 9. С. 101-109.

154. Партин Г.О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій: монографія. К.: Вид-во УБСНБУ, 2008. 219 с.

155. Петрович Й.М., Будищева І.О., Устінова І.Г. та ін.. Економіка виробничого підприємства.: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Т-во «Знання», 2008. 416 с.

156. Піддубна О.О. Економіко-математичне моделювання в управлінні виробничим потенціалом. *Економіка & держава*. 2012. №12. С.49-50.

157. Піддубна О.О. Оптимізація використання виробничого потенціалу. *Ефективна економіка*. Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет, ТОВ «ДКС Центр». 2013, № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2454>

158. Поліщук І.І. Управління маркетинговим потенціалом підприємства за умов міжнародної інтеграції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.00.04. Херсон, 2019. 41 с.

159. Поліщук І.І. Управління маркетинговим потенціалом підприємства за умов міжнародної інтеграції: дис. д-ра економ. наук : 08.00.04 / Херсонський нац. техн. ун-т. Херсон, 2019. 499 с.

160. Поліщук І.І. Фактори розвитку маркетингового потенціалу підприємства. *Науковий вісник Полісся*. Чернігів : ЧНТУ, 2016. № 2 (6). С. 97 – 102.

161. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия.: монография. М.: Экономика, 2002. 600 с.

162. Посошкова Е.В. Виробничий потенціал і його взаємозв'язок з іншими потенціалами. *Колекція електронних документів*. URL: <http://www.alldocs.ru/download/index.php?id=5046>

163. Пригара О. Інноваційна політика підприємства: сучасні виклики та перспективи. *Маркетинг в Україні*. 2012. №6. С.41-45.

164. Про схвалення Концепції Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 27.12.2006. *Офіційний Вісник України*. 2007. № 1. С. 208-211.

165. Прохорова В.В. та ін. Потенціал підприємства: формування, управління та розвиток.: колективна монографія. За ред.Прохорової В.В. Х.: НТМТ, 2013. 316 с.
166. Разиньков П.И. Производственный потенциал предприятия. Формирование и использование: Монография. Тверь: ТГТУ, 2005. 131 с.
167. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. 479 с.
168. Ревуцкий Л.Д. Потенциал и стоимость предприятия. М.: Финансы и статистика, 2002. 208 с.
169. Ревуцкий Л.Д. Производственная мощность, продуктивность и экономическая активность предприятия. Оценка, управленческий учет и контроль. М.: Перспектива, 2002. 240 с.
170. Рєпіна І.М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління. *Вісник Української академії державного управління при Президентові України*. 2008. С. 262-271.
171. Романов А.Н., Корлюгов Ю.Ю., Красильников С.А. и др. Маркетинг: Учебник. Под ред. А.Н. Романова. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. 560 с.
172. Ромусік Я. Конкурентоспроможність легкої промисловості України та механізми її підвищення. *Економіст*. 2007. № 3. С. 16-19.
173. Росецька Ю. Аналіз стану внутрішньогалузевої конкуренції в Україні на прикладі підприємств легкої промисловості. *Конкуренція. Вісник антимонopolного комітету України*. 2007. № 1. С. 27-34.
174. Руденко М., Письменников Д. Маркетинговий потенціал компанії. *Маркетинг*. 2012. №3. С.28-42.
175. Рыцарева Е. Локальная мудрость. Эксперт, 2012, №17(800), с.48-54
176. Рябоконт В.П., Шаповалова Ю.П. Формування та використання виробничого потенціалу м'ясопереробних підприємств. *Економіка АПК*. 2013. №6. С.21-27.

177. Савинкин А. Как оптимизировать ассортимент. *Финансовый директор*. 2004. № 5. С. 34-40.
178. Семенчук А. О. Умови розвитку ринку продукції легкої промисловості. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. № 10. С. 29-35.
179. Сергеева Г. П., Чижова Л. С. Трудовой потенциал страны. М. : Знание, 2005. 235 с.
180. Симионов Р. Анализ конкурентных преимуществ строительного предприятия в рыночной среде. *Проблемы теории и практики управления*. 2006. № 12.
181. Ситницький М.В. Вплив інноваційного потенціалу на стратегічну гнучкість підприємства. *Статистика України*. 2007. №1. С.43-47.
182. Словник економічних термінів URL: <http://www.ekonomiks.net.ua>.
183. Смерічевський С.Ф., Татарінов А.В. Розвиток потенціалу підприємства за рахунок побудови системи управління лояльністю клієнтів. *Економіка та держава*. 2007. № 9. С. 17-19.
184. Смоляр Л.Г. Дослідження тенденцій розвитку кадрового потенціалу на промислових підприємствах України. *Економіка & держава*. – 2010. №5. С.96-99.
185. Соломенко О.Є. Методологічні аспекти оцінки ризику на малих підприємствах легкої промисловості. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. №1. С. 165-169.
186. Справочник по маркетингу / Под ред. Э.А.Уткина.— М.: Ассоциация авторов и издателей “ТАНДЕМ”, Изд-во ЭКМОС, 1998.— 464 с.
187. Стадник В.В., Непогодіна Н.І. Дослідження динаміки та спрямованості інвестиційних процесів в Україні та їх впливу на конкурентоспроможність національної економіки. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2011. № 3, т. 1. С. 193–197.
188. Старовойтов М.К., Фомин П.А. Особенности оценки потенциала промышленных предприятий. *Антикризисное и внешнее управление*. 2006. №2. С. 27-41.

189. Старовойтов М.К., Фомин П.А. Практичний інструментарій організації управління промисловим підприємством: Монографія. М.: Вища школа, 2009. 294 с.
190. Степанова Т.О., Стегний А.І. Переваги і недоліки методів управління витратами. *Вісник Макіївського економіко – гуманітарного інституту*. Макіївка.: МЕРІ, 2012. №12 (25). 119 с.
191. Стовба Т.А. Моделювання стратегії інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості. *Таврійський науковий вісник : зб. наук. пр.* Херсон: Айлант, 2007. Вип. 50. С. 325-334.
192. Стовба Т.А. Системне відродження підприємств легкої промисловості на інноваційних засадах: монографія. Херсон: Айлант, 2010. 295 с.
193. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
194. Струмилин С. Г. К вопросу об изменении народного благосостояния *Вопр. статистики*. 1954. № 5. С. 12–28.
195. Тарасенко І.О. Сталий розвиток підприємств легкої промисловості: теорія, методологія, практика: монографія. Київський національний університет технологій та дизайну. К.: КНУТД, 2010. 390 с.
196. Тарасов К. Краудсорсінг — власть толпы. *CNews*. 2010. № 50. С.86-89.
197. Трахтенберг Г.Л. Улучшение ассортимента и качества товаров — важная народнохозяйственная задача. М.: Знание, 1975. 64 с.
198. Узунов В.В. Інноваційний потенціал як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств на внутрішніх і зовнішніх ринках. *Економіка & держава*. 2013. №7. С.23-27.
199. Українська асоціація підприємств легкої промисловості URL: [http://ukrlegprom.org.ua/pro\\_ukrlegprom.html](http://ukrlegprom.org.ua/pro_ukrlegprom.html)



200. Фарафонова Н.В. Вплив обсягів капітальних вкладень на формування основних виробничих засобів. *Економічний часопис - XXI*. 2011. №7-8. С.23-26.
201. Фатхутдинов Р.А. Разработка управленческого решения.: учебник. М. : ЗАО «Бизнес-школа» Интел-Синтез», 1998. 272 с.
202. Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : підруч. для студ. ВНЗ. К. : КНЕУ, 2004. 316 с.
203. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка.: навчально-методичний посібник К.: КНЕУ, 2006. 316с.
204. Федулова С.О. Поняття «управління людськими ресурсами» у системі продуктивних сил суспільства. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. №4. С. 26-30.
205. Фигурнов Э. П. Производственный потенциал социалистического общества. *Полит. самообразование*. 1982. №1. С. 238–249.
206. Филимоненко И.В. Разработка механизма принятия управленческих решений при формировании товарно-ассортиментной политики предприятия.: автореферат дис.. канд.. экон. наук. Красноярск, 1997.
207. Харламова Г.О. Макроеконометричні моделі інвестиційного потенціалу України. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. №12. С.232-239.
208. Хау Дж. Краудсорсінг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. Пер. с англ. Москва: Альпина Паблишер, 2012. 288с.
209. Хлусов В.П. Введение в маркетинг.: монография. М.: Приор, 1997. 160 с.
210. Хохлов Н.П., Иващенко Ю. Ю. Структура материальных ресурсов и инновационные системы управления. *Проблемы науки*. 2010. №11. С.41-45.
211. Царенко О.В. Конкурентні переваги легкої промисловості регіонів України: методологія формування, теорія та практика: монографія. НАН

України, Рада по вивченню продуктивних сил України. Донецьк: Юго-Восток, 2009. 504 с.

212. Циглик І. Виробничий потенціал в системі підприємництва. *Економіка, фінанси, право*. 2010. №1. С.5-13.

213. Цыганов И.Г. Производственный потенциал промышленного предприятия.: научная диссертация. Оренбург, 2000. 181с.

214. Чаленко Н.В. Визначення інноваційних пріоритетів швейного підприємства. *Економіка & держава*. 2011. №11. С.42-43.

215. Чичкало-Кондратська І.Б. Новий підхід до оцінки резервів відновлення і розвитку виробничого потенціалу підприємств. *Регіональні перспективи*. 2000. № 1. С. 19.

216. Чумак О. В. Энтропия и фракталы в анализе данных. Москва-Ижевск, 2011. 164 с.

217. Чуровский С.Р. Применение финансовых критериев при оценке положения продукта на кривой жизненного цикла. *Маркетинг в России и за рубежом*. 2011. № 3. С. 15-22.

218. Шаманська О.І. Основні напрямки підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. №6. С.166-172.

219. Шуровьески Дж. Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум формирует бизнес, экономику, общество и государство. Пер. с англ. Москва: ООО «ТД Вильяме», 2007. 304с.

220. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг: Сокр. пер. с англ. Авт. предисл. и науч. ред. А.А. Горячев. М.: Экономика, 1990. 350 с.

221. Эриашвили Н.Д., Ховард К., Цыпкин Ю.А. и др. Маркетинг : учебник для вузов. Под ред.Н.Д. Эриашвили. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 623 с.

222. Юхновський І.В. Відтворення інноваційно-інвестиційного потенціалу ринкової економіки. *Економіка, фінанси, право*. 2011. №1. С.12-15.

223. Якубовський М.М. Реструктуризація промисловості як засіб подолання імпортої залежності економіки України. *Електронне видання Національне господарство України: теорія та практика господарювання*. ІЕП НАН України. 2011. URL:<http://www.nbu.gov.ua/e-journals/NacGosp/index.html>

224. Янковець Т. М. Методичний підхід до визначення рівня розвитку інноваційного потенціалу підприємств легкої промисловості. *Легка промисловість*. 2011. №1. С.30-34.

225. Янковець Т.М. Інноваційні стратегії підприємства легкої промисловості як засіб реалізації його інноваційного потенціалу. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. №2. С.167-174.