

Міністерство освіти і науки України  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНІЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

**О.М. Криворучко, І.С. Пипенко**

**ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК  
АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

*Рекомендовано  
Міністерством освіти і науки України*

Харків  
ХНАДУ  
2015

УДК 658.071.8  
ББК 39.38  
К 82

*Гриф надано Міністерством освіти і науки України № 1/11-5851  
від 2 квітня 2014 р.*

Рецензенти:

*Дикань В.Л.*, д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки, організації і управління підприємством (Українська державна академія залізничного транспорту);

*Дмитрієв І.А.*, д. е. н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства (Харківський національний автомобільно-дорожній університет);

*Мазнев Г.С.*, д. е. н., професор, завідувач кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту (Харківський національний технічний університет сільського господарства)

**Криворучко О. М., Пипенко І. С.**

К 82 Потенціал і розвиток автотранспортного підприємства: навч. посібник /  
О. М. Криворучко, І. С. Пипенко. – Х. : ХНАДУ, 2015. – 196 с.  
**ISBN 978-966-303-608-3**

Навчальна дисципліна «Потенціал і розвиток підприємства» належить до циклу вибіркових дисциплін професійно-орієнтованої підготовки бакалаврів з галузі знань 0306 – «Менеджмент і адміністрування» напряму підготовки 030601 «Менеджмент». Посібник складено відповідно до робочої програми з дисципліни. Розглянуті теоретичні та методичні основи формування та оцінювання потенціалу автотранспортного підприємства, а також забезпечення його розвитку в процесі здійснення управлінської діяльності на підприємстві. Значну частину матеріалу наведено у вигляді схем та таблиць. Для більш глибокого усвідомлення теоретичних аспектів запропоновані запитання для самоконтролю та практичні завдання.

Посібник призначено для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів, викладачів, а також менеджерів і економістів, що працюють в галузі автомобільного транспорту.

© Криворучко О.М., 2015,  
© Пипенко І.С., 2015  
© ХНАДУ, 2015

**ISBN 978-966-303-608-3**

## ВСТУП

Умовами успішного довгострокового функціонування автотранспортного підприємства (АТП) є його активні дії з адаптації до змін у зовнішньому середовищі, що у підсумку визначають спроможність підприємства до розвитку. Джерелом постійного розвитку АТП є його потенціал, який містить в собі перспективу майбутнього стану підприємства. Для результативного використання такого джерела необхідно розробити відповідний методичний інструментарій. Тому удосконалення теоретичних та науково-методичних основ формування та оцінювання потенціалу АТП має як наукове, так і практичне значення.

У циклі професійної та практичної підготовки бакалаврів з менеджменту дисципліна «Потенціал і розвиток підприємства» займає важливе місце. Основними завданнями дисципліни є формування у студентів сукупності знань, навичок та уявлень з науково-обґрунтованого підходу до прийняття управлінських рішень за допомогою новітніх методів і засобів формування та використання потенціалу АТП.

Посібник підготовлений відповідно до робочої програми з дисципліни. Перший розділ присвячений сучасному розумінню потенціалу підприємства, структурі та процесу його формування на АТП. Другий розділ містить методичні основи оцінювання потенціалу АТП. У третьому розділі розглянуті особливості оцінювання складових потенціалу АТП: маркетингової, трудової, виробничої, фінансової та інноваційної. Четвертий розділ присвячений основним напрямкам формування та використання потенціалу розвитку підприємства.

Для кращого усвідомлення, значна частина матеріалу представлена у вигляді таблиць та рисунків, проілюстрована практичними прикладами, розрахунками показників. Для закріплення отриманих знань запропоновані теоретичні та практичні завдання для самоконтролю.

Автори висловлюють подяку рецензентам д.е.н., проф. В. Л. Диканю, д.е.н., проф. І. А. Дмитрієву та к.е.н., проф. Г. Є. Мазневу за цінні зауваження щодо змісту посібника.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Акофф Р. Искусство решения проблем / Р. Акофф; пер. с англ. Е. К. Масловского. – М. : Мир, 1982. – 224 с.
2. Акофф Р. О целеустремлённых системах / Р. Акофф, Ф. Эммери; пер. с англ. И. А. Ушакова. – М. : «Сов. радио», 1974. – 272 с.
3. Алёшина И. В. Поведение потребителей / И. В. Алёшина. – М.: Фаир-пресс, 1999. – 372 с.
4. Андреев Г. И. Основы управления предприятием: модели и методы управления в условиях неопределённости / Г. И. Андреев, В. А. Тихомиров. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 304 с.
5. Анурин В. Ф. Маркетинговые исследования потребительского рынка / В. Ф. Анурин, И. И. Муромкина, Е. В. Евтушенко. – СПб : Питер, 2004. – 270 с.
6. Анфилатов В. С. Системный анализ в управлении: учеб. пособ. / В. С. Анфилатов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
7. Аткина Н. А. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала / Аткина Н.А., Ханжина В.Л., Попов Е.В. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. - №2. – С. 3-12.
8. Багиев Г.Л. Маркетинг: учеб. для вузов / Г.Л.Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; под ред. Г. Л. Багиева. – М. : ОАО «Изд-во «Экономика», 1999. – 703 с.
9. Базилева И. И. Особенности управления взаимоотношениями с клиентами в компании, оказывающей профессиональные услуги / И. И. Базилева // Маркетинг услуг. – 2006. – №03(07). – С. 210-214.
10. Балабаниць А. В. Механізм управління маркетинговим потенціалом взаємодії підприємства / А. В. Балабаниць // Вісник ДонНУЕТ. – 2009. – №4. – С. 65-76.
11. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Р. В. Мажинський. - К. : «Професіонал», 2006. - 288 с.
12. Балацкий О. Ф. Экономический потенциал административных и производственных систем: монография / О. Ф. Балацкий. – Сумы : Издат. Дом «Университетская книга», 2006. – 973 с.
13. Банчева А. А. Оценка рыночного потенциала организации / А.А. Банчева // Маркетинг. – 2007. - №3. – С. 90-98.
14. Баранчев В. П. Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия / В. П. Баранчев, С. Г. Стрижов // Маркетинг. – 1994. – №3. – С. 42-50.

15. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства / Б.Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
16. Беляев А. А. Системология организации / А. А. Беляев, Э.М. Коротков. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 182 с.
17. Бережная Е. В. Математические методы моделирования экономических систем / Е. В. Бережная, В. И. Березной. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 368 с.
18. Бернацкий В. О. Интерес: познавательная и практическая функции / В. О. Бернацкий. – Томск : Изд-во Томск.ун-та, 1984. – 168 с.
19. Божанова О. В. Управління економічним потенціалом підприємства залізничного транспортного машинобудування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня ек. наук за спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / О. В. Божанова. – Харків, 2011. – 20 с.
20. Божко В.М. Маркетинговий потенціал: сутність, складові та взаємозв'язок з економічним потенціалом підприємства [Електронний ресурс] / В.М. Божко // Економічний форум. – 2012. – № 1. Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>
21. Большой экономический словарь ред. А. Н.Азрилян. – 5-е изд. доп. и перераб. – М. : Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
22. Борисов Е. Б. Экономическая теория / Е. Б. Борисов. – М. : Юрай Т-М, 2002. – 384 с.
23. Бородіна О. М. Системний підхід у сучасних агроекономічних дослідженнях / О. М. Бородіна // Економіка і прогнозування. – 2004. – №4. – С. 39-48.
24. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента / К. Боумэн; пер.с англ. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 175 с.
25. Брэдик У. Менеджмент в организации / У. Брэдик. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 196 с.
26. Бузько І. Р. Стратегічний потенціал і формування пріоритетів в розвитку підприємства / І. Р. Бузько, І. Е. Дмитренко, Е. А. Сущенко – Алчевськ : Вид-во ДГМІ, 2002. – 216 с.
27. Бурлака О. В. Практичні підходи до визначення та використання поняття «потенціал підприємства в умовах ринкової економіки» / О. В. Бурлака, В. І. Бокій // Вісник Київ. нац. ун-ту технології та дизайну. – 2004. – №1. – С. 55-59.
28. Васильєва Т. А. Концептуальні основи формування системи управління потенціалом інноваційного розвитку підприємства на

- засадах маркетингу / Т. А. Васильева, С. В. Леонов, Я. М. Кривич // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №4. – С. 160-171.
29. Васильківський Д. М. Сучасні засади управління маркетинговим потенціалом / Д. М. Васильківський // Наука й економіка. – 2011. – №2. – С. 60-64.
  30. Вертакова Ю. В. Управленческие решения: разработка и выбор: учеб. пособ. / Ю. В. Вертакова, И. А. Кодьева, Э. Н. Кузьбожев; под ред. Э. Н. Кузьбожева. – М. : КНОРУС, 2005. – 352 с.
  31. Войчак А. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту / А. Войчак, В. Шумейко // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 4. – С. 52-55.
  32. Воробйов Ю. М. Управління ресурсами підприємства / Ю. М. Воробйов, Б.І. Холод – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 288с.
  33. Воронкова А. Э. Методологические основы формирования механизма управления конкурентоспособным потенциалом предприятия / А. Э. Воронкова // Вісник Східноукраїнського державного університету. – 2000. – №4. – С. 33-40.
  34. Воронкова А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А. Е. Воронкова, Ю. С. Погорелов // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №4 – С. 33-35.
  35. Гавва В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: навч. посіб. / В. Н. Гавва, Е. А. Божко – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.
  36. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навч. посіб. / В.Г. Герасимчук. –К.:КНЕУ, 2000.–360 с.
  37. Глущенко В. В. Исследование систем управления: социологические, экономические, прогнозные, плановые, экспериментальные исследования: учеб. пособ. для вузов / В. В. Глущенко, И. И. Глущенко. – Железнодорожный : ООО НПЦ «Крылья», 2004. – 416 с.
  38. Головнин С. Д. Оценка результатов хозяйственной деятельности промышленных предприятий / С. Д. Головнин. – М.: Финансы и статистика, 1986. – 64 с.
  39. Горбатов В. М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса / В. М. Горбатов. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2006. – 592 с.
  40. Гордон Я. Маркетинг партнерских отношений / Я. Гордон; пер. с англ. О. А. Третьяк. – СПб. : Питер, 2001. – 384 с.
  41. Градов А. П. Экономическая стратегия фирмы: учеб. пособ. / А. П. Градов. – 4-е изд., перераб. – СПб.: Специальная Литература, 2003. – 960 с.

42. Григор'єва Л. В. Розробка принципів основ формування маркетингового потенціалу підприємства легкої промисловості / Л. В. Григор'єва // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – С. 57-60.
43. Григорьев В. В. Оценка предприятия: теория и практика / В. В. Григорьев, М. А. Федотова. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 320 с.
44. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління / А. В. Гриньов. – Х. : ВД „ІНЖЕК”, 2003. – 308 с.
45. Грязнова А. Г. Оценка бизнеса / А. Г. Грязнова, М. А. Федотова. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 508 с.
46. Джуха В. М. Оценочная деятельность в экономике: учеб. пособ. / В. М. Джуха, Л. Н. Усенко, В. Д. Киреев. – М. ; Ростов н/Д: МарТ, 2003. – 303 с.
47. Добикіна О.К. Потенціал підприємства: формування та оцінка / О. К. Добикіна, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк, М. Є. Кокотько. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 208 с.
48. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль; пер.с англ. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 1999. – 560 с.
49. Должанський І.З. Управління потенціалом підприємства: Навчальний посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих, І. М. Герасименко, В. М. Ращупкіна. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
50. Доронина М.С. Анализ системы целей предприятия /М. С. Доронина, И.Н. Чмутова // Экономика и управление. – 1997. – №3. – С. 32-33.
51. Дрогобыцкий И. Н. Системный анализ в экономике: учеб. пособ. / И. Н. Дрогобыцкий. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 512 с.
52. Дэй Д. Стратегический маркетинг / Д. Дэй. – М. : Издательство ЭКСМО-Пресс, 2002. – 640 с.
53. Злыдень И. Н. Практические подходы к определению понятия и исследование синергизма элементов конкурентного потенциала / Злыдень И. Н. // БизнесИнформ. – 2005. – №5-6. – С. 92-96.
54. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление: учеб. / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 320 с.
55. Ефимова М. Р. Статистические методы в управлении производством / М. Р. Ефимова. – М. : Финансы и статистика, 1988. – 151 с.
56. Ивин А. А. Основания логики оценок / А. А. Ивин. – М. : Издательство Московского университета, 1970. – 230 с.
57. Исследование по кибернетике: сб. науч. тр./ науч. ред. А. А. Ляпунов. – М. : Издательство «Советское радио», 1970. – 240 с.

58. Исследование систем управления: учеб. пособ. для вузов / Н. И. Архипова, В. В. Кульба, С. А. Косяченко, Ф. Ю. Чанхив. – М. : «Издательство ПРИОР», 2002. – 384 с.
59. Исаев В. В. Общая теория социально-экономических систем: учеб. пособ. / В. В. Исаев, А. М. Немчин. – СПб. : Изд. дом «Бизнес-пресса», 2002. – 176 с.
60. Иванов В.Б. Потенціал підприємства: навч.-метод. посіб. /В. Б. Иванов, О.М. Кохась, С.М. Хмелевський. – К.: Кондор, 2009. – 300 с.
61. Калашян А. Н. Структурные модели бизнеса: DFD-технологии / А.Н. Калашян, Г. Н. Калянов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 256 с.
62. Калетнік Г. М. Інноваційні моделі управління стратегічним економічним потенціалом сучасних економічних систем / Г. М. Калетнік, Г. М. Заболотний, С. В. Козловський // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №4 – С. 3-11.
63. Карасева В. Комплекс маркетинга в интернет-бизнесе / В. Карасева // Маркетинг. – 2008. – № 2. – С. 117-124.
64. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морева, О.В. Белякова, О.Б. Балакай. – Донецьк : Вид-во Цифрова типографія, 2012. – 257 с.
65. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Г. І. Кіндрацька. – К. : Знання, 2006. – 366 с.
66. Клиланд Д. Системный анализ и целевое управление / Д. Клиланд, В. Кинг; пер. с англ. – М. : Сов. радио, 1974. – 280 с.
67. Ковачёв З. Экономическая и социальная эффективность воспроизводства / З. Ковачёв, Т. Пачев, Г. Минчель. – М. : Экономика, 1985. – 192 с.
68. Колесников А.А. Современные подходы к оценке потенциала предприятия в Украине / А.А. Колесников // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДНУ. – 2004. – Вип. 195. – І.ІІІ. – С. 750–754.
69. Коршунов Ю. М. Математические основы кибернетики / Ю. М. Коршунов. – М. : «Энергия», 1972. – 376 с.
70. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер; пер. с англ. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Издательство «Питер», 2000. – 896 с.
71. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка / Н. С. Краснокутська. – К.: Центр навч. літератури, 2005. – 352 с.
72. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг / Д. В. Кревенс; пер. с англ. – М. : Издат. Дом «Вильямс», 2003. – 374 с.



73. Пипенко І. С. Формування системи показників оцінювання потенціалу підприємства / І. С. Пипенко // Економіка транспортного комплексу : зб. наук. пр. – Х. : ХНАДУ, 2015. – Вип. 25.– С. 99–111.
74. Лапін А. Н. Стратегическое управление современной организацией / А. Н. Лапін. – М. : ООО «Журнал «Управление персоналом», 2004. – 288 с.
75. Лапін С. В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління / С. В. Лапін. – Вісник СумДУ. – №1. – 2007. – С.59-64.
76. Левин М. И. Математические модели экономического взаимодействия / М. И. Левин, В. Л. Макаров, А. М. Русинов. – М. : Физматлит Наука, 1993. – 374 с.
77. Мажинський Р.В. Маркетинговий потенціал підприємства / Р.В. Мажинський // Торгівля і ринок України : зб. наук. праць. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2003. – Вип. 13. Том II. – С.196-203.
78. Макконнелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконел, С. Л. Брю.; пер. с англ. – К.: Хагар-Демос, 1993. – 785 с.
79. Малин А. С. Исследование систем управления: учеб. для вузов / А. С. Малин, В. И. Мухин. – М. : Изд.дом ГУ ВШЭ, 2005. – 399 с.
80. Марушков Р.В. Оценка использования экономического потенциала [Электронный ресурс] / Р.В. Марушков. – [http:// www.cis2000.ru](http://www.cis2000.ru).
81. Медведев М. Г. Ігрові методи моделювання економічних систем / М. Г. Медведев, Л. В. Барановська. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2001. – 116 с.
82. Менеджмент в сфере услуг: учеб. / В. Э. Гордин, М. Д. Сущинская, М. В. Волошинова и др.. – СПб. : Изд. дом «Бизнес-пресса», 2007. – 271 с.
83. Мерзликіна Г.С. Оцінка економічної складової підприємства: монографія / Мерзликіна Г.С., Шаховська Л.С. – Волгоград : ВолгГТУ, 1998. – 243 с.
84. Миркин Б. Г. Проблема группового выбора / Б. Г. Миркин. – М. : Наука, 1974. – 256 с.
85. Мишин В. М. Исследование систем управления: учеб. для вузов / В. М. Мишин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 527 с.
86. Мних Є.В. Економічний аналіз / Мних Є.В. – К. : ЦНЛ, 2005. – 472 с.
87. Могилевский В. Д. Методология систем: вербальный подход / В. Д. Могилевский. – М. : ОАО Издат. «Экономика», 1999. – 252 с.
88. Мотышина М. С. Менеджмент в сфере услуг: теория и практика / М. С. Мотышина. – СПб. : Изд-во СПбГУП, 2006. – 204 с.

89. Мошенський С. З. Економічний аналіз: підручник / С. З. Мошенський, О. В. Олійник. – Житомир : ПП «Рута», 2007. – 704 с.
90. Мухин В. И. Исследование систем управления: учебник / В. И. Мухин. – М. : Экзамен, 2002. – 384 с.
91. Мыльник В. В. Исследование систем управления: учеб. пособ. для вузов / В. В. Мыльник, Б. П. Титаренко, В. А. Волочиенко. – М. : Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 352 с.
92. Мэтьюз Р. Новая матрица, или логика стратегического превосходства / Р. Мэтьюз, А. Агеев, З. Большаков. – М. : ОЛМА-Пресс; Институт экономических стратегий, 2003. – 239 с.
93. Назарова Г. В. Системний підхід до розв'язання проблемних ситуацій у корпоративному управлінні / Г. В. Назарова // Регіональні перспективи. – 2003. – №2-3. – С. 108-110.
94. Никифорова Е. Система сбалансированных показателей: интегрированный менеджмент / Е. Никифорова, Н. Резникова // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №3. – С. 46-53.
95. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики / Р. М. Нуреев. – М. : Издательство НОРМА (Издательская группа НОРМА-ИНФРА М), 2000. – 572 с.
96. Оголева Л. Н. Реинжиниринг производства: учеб. пособ. / Л. Н. Оголева, Е. В. Чернецова, В. М. Радиковский. – М. : КНОРУС, 2005. – 304 с.
97. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 1997. – 944 с.
98. Окландер М. А. Контуры экономической логистики / М. А. Окландер. – К.: «Наукова думка», 2000. – 176 с.
99. Пашук О. В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід: навч. пос. / О. В. Пашук. – К. : ВД «Професіонал», 2005. – 560 с.
100. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта; пер. с пол. В. В. Иванова. – М. : Статистика, 1980. – 151 с.
101. Пипенко І. С. Обґрунтування складу потенціалу підприємства / І. С. Пипенко // Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць. – Х. : ХНАДУ, 2012. – Вип. 19. – С. 17-25.
102. Пипенко І. С. Обґрунтування структури потенціалу підприємства / І. С. Пипенко // Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць. – Х. : ХНАДУ, 2012. – Вип. 20. – С. 28-36.
103. Пипенко І. С. Сутність та особливості елементного складу потенціалу АТП / І. С. Пипенко // Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць. – Х. : ХНАДУ, 2013. – Вип. 21. – С. 162-170.

104. Пипенко І. С. Процес формування потенціалу підприємства / І. С. Пипенко // Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць. – Х. : ХНАДУ, 2013. – Вип. 22. – С. 61-71.
105. Пипенко І. С. Процес оцінювання потенціалу підприємства / І. С. Пипенко // Економіка транспортного комплексу: зб. наук. праць. – Х. : ХНАДУ, 2014. – Вип. 23. – С. 11-124.
106. Пономаренко Л. А. Основи економічної кібернетики: підручник / Л. А. Пономаренко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 432 с.
107. Попкова Е. Г. Концепции 5E на рынке банковских продуктов / Е. Г. Попкова, А. П. Суворина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 4. – С. 127-133.
108. Попова Н. В. Маркетинг транспортных услуг: учеб. пособие. / Н. В. Попова. – Х. : ХНАДУ, 2002. – 224 с.
109. Попов Е. В. Пять уровней потенциала маркетинга / Е. В. Попов // Маркетинг. – 2000. – №6. – С. 50-58.
110. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия / Е. В. Попов. – М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2002. – 559 с.
111. Прангишвили И. В. Системный подход и общесистемные закономерности / И. В. Прангишвили. – М. : СИНТЕГ, 2000. – 528 с.
112. Прокопишин Л. М. Механізм формування та використання управлінського потенціалу на підприємствах машинобудування / Л. М. Прокопишин // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №7. – С. 138-145.
113. Райзберг Б. А. Курс управления экономикой / Б. А. Райзберг. – СПб. : Питер, 2003. – 528 с.
114. Рогожин С. В. Исследование систем управления: учеб. / С. В. Рогожин, Т. В. Рогожина. – М. : Издательство «Экзамен», 2005. – 288 с.
115. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий: учебник / Савицкая Г. В. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 512 с.
116. Савченко М. В. Методичні основи оцінки й аналізу економічного потенціалу регіону // М. В. Савченко / Економіка: проблеми теорії і практики : зб. наук. праць. – 2003. – Вип. 177. – С. 186-195.
117. Савченко М.В. Управління економічним потенціалом промислових підприємств: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація та управління підприємствами» / М.В. Савченко. – Х. , 2004. – 20 с.
118. Садовский В. Н. Основания общей теории систем. Логико-методологический анализ / В. Н. Садовский. – М. : Наука, 1974. – 279 с.

- 119.Словник іншомовних слів / ред. О. С. Мельничук. – К. : Головна редакція УРЕ, 1985. – 968 с.
- 120.Смит П. Коммуникация стратегического маркетинга: учеб. пособ. / П. Смит, К. Берри, А. Пулфорд; пер. с англ. Л.Ф. Никулина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 496 с.
- 121.Советский энциклопедический словарь / ред. А. М. Прохоров. – М. : Сов. энциклопедия, 1989. – 1632 с.
- 122.Стратегия предприятия и стратегический менеджмент: учеб. пос. / Ю. В. Соболев, В. Л. Дикань, А. Г. Дейнека, Л. А. Позднякова. – Х. : ООО «Олант», 2002. – 416 с.
- 123.Сурмин Ю. П. Теория систем и системный анализ: учеб. пособ. / Ю. П. Сурмин. – К. : МАУП, 2003. – 368 с.
- 124.Тамбовцев В. Л. Анализ целей в управлении общественным производством / В. Л. Тамбовцев. – М. : Экономика, 1982. – 250 с.
- 125.Тимошук М.Р. Методи оцінювання потенціалу розвитку підприємств з урахуванням вагомості фінансово-економічних факторів / М.Р. Тимошук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – №20. – С. 241–248.
- 126.Трояновский В. М. Математическое моделирование в менеджменте / В. М. Трояновский. – М. : Издательство РДЛ, 2000. – 256 с.
- 127.Уемов А. И. Системный подход и общая теория систем / А. И. Уемов. – М. : Мысль, 1978. – 272 с.
- 128.Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч.-метод. посіб. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк – К. : КНЕУ, 2005. – 261 с.
- 129.Философский энциклопедический словарь / ред.-сост.: Е. Ф. Губский и др. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 575 с.
- 130.Ханжина В.Л. Структура рыночного потенциала предприятия / Ханжина В.Л., Попов Е. // Менеджмент в России и за рубежом. - 2000. - №7. - с. 7-10.
- 131.Хапсироков А. Я. Отражение и оценка / А. Я. Хапсироков. – Горький : Волго-Вят.кн.изд-во, 1972. – 184 с.
- 132.Харченко С. В. Управлінські аспекти забезпечення результативності використання потенціалу підприємства / С. В. Харченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №8 – С. 46-72.
- 133.Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства / В. І. Хомяков, І. В. Бакум. – К. : Кондор, 2009. – 400 с.
- 134.Христиановский В. В. Функция полезности: теория и анализ / В. В. Христиановский, В. П. Щербина. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2006. – 120 с.

135. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: навч. посіб. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
136. Шинкаренко В.Г. Сучасне розуміння потенціалу підприємства / В. Г. Шинкаренко, О. М. Криворучко, І. С. Пипенко // Економіка транспортного комплексу : зб. наук. праць. – Х. : ХНАДУ. – 2011. – Вип. 18. – С. 47-59.
137. Шинкаренко В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия: монография / В. Г. Шинкаренко, А. С. Бондаренко. – Х. : ХНАДУ, 2003. – 186 с.
138. Шинкаренко В. Г. Управління маркетинговими можливостями підприємства : монографія / В. Г. Шинкаренко, О. М. Криворучко, І. С. Пипенко. – Х. : ХНАДУ, 2011. – 180 с.
139. Шинкаренко В. Г. Управление маркетингом взаимоотношений автотранспортного предприятия с потребителями услуг: монография / В. Г. Шинкаренко, И. В. Федотова. – Х. : ХНАДУ, 2009. – 252 с.
140. Шинкаренко В. Г. Управление результатами деятельности работников АТП: монография / В. Г. Шинкаренко, О. Н. Криворучко. – Х. : ХНАДУ, 1999. – 143 с.
141. Шипуліна Ю. С. Структура інноваційного потенціалу підприємства / Ю. С. Шипуліна // Механізм регулювання економіки. - 2003. - №2 – С. 26-29.
142. Шифрин М. Б. Стратегический менеджмент / М. Б. Шифрин. – СПб. : Питер, 2006. – 240 с.
143. Шульга Г. В. Формирование стратегического потенциала организации / Шульга Г. В. // БизнесИнформ. – 2009. – №15-16. – С. 155-157.
144. Эменка С. Оценка состояния маркетинга на промышленных предприятиях в условиях рыночной экономики [Электронный ресурс]: – <http://www.cis2000.ru>.
145. Яхкінд В. П. Планування маркетингового потенціалу підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / В.П. Яхкінд. – Х., 2010. – 20 с.
146. Alexander N. Retail financial services: transaction to relationship marketing / N. Alexander, M. Colgate // European journal of marketing. – 2000. – Vol. 34. – P. 938-953.
147. McDougall G. Customer satisfaction with services: putting perceived value into equation / G. McDougall, T. Levesque // Journal of services marketing. – 2000. – Vol. 14. – P. 392-410.

148. Sheth N. Jagdish. Relationship marketing in consumer markets: antecedents and consequences / N. Jagdish Sheth, A. Parvatiyar // Journal of the Academy of marketing Science. – 1999. – Vol. 4. – P. 265.
149. Treacy M. Customer intimacy and other value disciplines / M. Treacy, F. Wiersema // Harvard business review. – 1993. – Vol. 1. – P. 84-93.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ АТП.....</b>	<b>4</b>
1.1. Сучасне розуміння потенціалу підприємства.....	4
1.2. Структура потенціалу підприємства.....	11
1.3. Особливості елементного складу потенціалу АТП.....	15
1.4. Процес формування потенціалу АТП.....	19
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ АТП.....</b>	<b>35</b>
2.1. Необхідність оцінювання потенціалу АТП.....	35
2.2. Загальні підходи до оцінювання потенціалу підприємства...	36
2.3. Процес оцінювання потенціалу підприємства.....	40
2.4. Схема реалізації процесу оцінювання потенціалу АТП.....	46
2.5. Показники оцінювання потенціалу підприємства.....	50
<b>РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ТА ФОРМУВАННЯ СКЛАДОВИХ ПОТЕНЦІАЛУ АТП.....</b>	<b>59</b>
3.1. Маркетинговий потенціал АТП: формування та оцінювання.	59
3.2. Оцінювання трудового потенціалу АТП.....	68
3.3. Формування виробничого потенціалу АТП.....	84
3.4. Фінансовий потенціал АТП та його оцінювання.....	106
3.5. Формування інноваційного потенціалу АТП.....	123
3.6. Прикладні аспекти оцінювання потенціалу АТП.....	136
<b>РОЗДІЛ 4. ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>150</b>
4.1. Процес формування потенціалу розвитку підприємства.....	150
4.2. Напрями використання потенціалу розвитку підприємства..	159
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>175</b>
<b>ЛІТЕРАТУРА.....</b>	<b>184</b>

Навчальне видання

КРИВОРУЧКО Оксана Миколаївна  
ПИПЕНКО Ірина Сергіївна

**ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК АВТОТРАНСПОРТНОГО  
ПІДПРИЄМСТВА**

*Навчальний посібник*

Відповідальний за випуск *О.М. Криворучко*

Редактор *А. В. Шилова*

Комп'ютерна верстка *Н. А. Купіної*

Дизайн обкладинки *В. С. Орлович*

План 2015 р. Поз. 11 (н.п.)

Підписано до друку 15.03.2016 р. Формат 60 × 84/16. Папір офсетний.

Гарнітура Times New Roman Суг. Віддруковано на ризографі.

Ум. друк. арк. 11,3. Обл. вид. арк. 15,0.

Зам. № 140/16. Тираж 50 прим. Ціна договірна

**ВИДАВНИЦТВО**

Харківського національного автомобільно-дорожнього університету

**Видавництво ХНАДУ, 61002, Харків-МСП, вул. Петровського, 25.  
Тел. /факс: (057)700-38-72; 707-37-03, e-mail: rio@khadi.kharkov.ua**

*Свідоцтво Державного комітету інформаційної політики, телебачення  
та радіомовлення України про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів  
видавничої продукції, серія ДК №897 від 17.04.2002 р.*