

організаційними перетвореннями на промислових підприємствах / Пономаренко В.С., Золотарьов А.М., Ястремська О.М. та ін. / За заг. ред. В.С. Пономаренко. – Х.: ХНЕУ, 2005. – 452 с.

4. <http://www.ukrstat.gov.ua//operativ/operativ2008/>.
5. Статистичний щорічник Запорізької області за 2007 рік / За ред. Головешка В.П. – Запоріжжя: Головне управління статистики, 2008. – 412 с.

Поступила до редакції 24.12.08

© О.А. Ковтун, 2008

УДК 530.19

Б.В. Артем'єв*

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДОВИХ ПРОЯВІВ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто класифікація видових проявів потенціалу підприємства. Наведено блочно-модульну структуру потенціалу підприємства та ресурсні складові потенціалу підприємства.

В статье рассмотрена классификация видовых проявлений потенциала предприятия. Приведена блочно-модульная структура потенциала предприятия и ресурсные составляющие потенциала предприятия.

Постановка проблеми. Під час формування ринкової економічної системи набувають особливу актуальність проблеми планування і оптимізації можливостей підприємств довгострокового і поточного характеру. Досвід зарубіжних країн свідчить про необхідність утворення гнучких виробничо-організаційних систем, які робили б можливим миттєве реагування на зміни в навколишньому середовищі. Враховуючи це, слід надати увагу переосмисленню концептуальних підходів до створення і розвитку вітчизняних підприємств, а, перш за все, до процесів цілеспрямованого формування їх потенціалів.

Аналіз останніх досліджень. Питаннями визначення сутності та класифікації видових проявів потенціалу підприємства займають відомі українські та закордонні автори, серед котрих слід назвати: І. Ансоффа, У. Кінга і Д. Кліманда, Б. Карлофа, Бузько І.Р., Дмитренко І.Є. і Сушенко О.А., Федоніна О.С., Репіну І.М., Олексик О.І., Краснокутську Н.С. Різноманітність наукових підходів потребує їх узагальнення та класифікації.

Ціллю статті є визначення та проведення класифікації видових проявів потенціалу підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В етимологічному значенні термін «потенціал» походить від латинського. У словнику іноземних слів [1, с. 89] приводиться тлумачення терміна як «міць», «сила». В етимологічному словнику російської мови відзначається походження слова «потенційний» як запозиченого в 19 сторіччі з французької мови, де *potentiel* з латинського *potentialis* похідного від *potens* «здатний», буквально «здатний бути» [2, с. 169].

У Великій Радянській Енциклопедії приводиться визначення терміна «потенціал» як «засобу, запаси, джерела, що мають у наявності і здатні бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення визначених цілей, здійснення плану; рішення якої-небудь задачі; можливості окремого обличчя, суспільства, держави у визначеній області» [3, с. 542].

У книзі Бузько І.Р., Дмитренко І.Є. і Сушенко О.А. «потенціал» як економічна категорія трактується в такий спосіб: «Можливість і готовність суб'єктів ринку спеціалізуватися в тих видах діяльності і виробництва, по яких у кожен момент часу мають абсолютні чи порівняльні переваги» [4, с. 38].

Існує потенціал вищого і нижчого порядку. Нижчого порядку потенціали – це локальні потенціали. Потенціал вищого порядку складається з потенціалів нижчого по-

* Артем'єв Б.В. – асистент кафедри економіки підприємства Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, м. Луганськ.

рядку, це – стратегічний потенціал, конкурентноздатний потенціал, потенціал виживаності, антикризовий потенціал і ринковий потенціал. Серед потенціалів вищого порядку слід особливо виділити таку категорію як «економічний потенціал», що є оціночним показником, що присвячена основна маса публікацій по теорії потенціалів.

Краснокутська Н. С. вважає, що економічний потенціал необхідно розглядати у взаємозв'язку з властивою кожної суспільно-економічної формації виробничими відносинами, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами, а також управлінським апаратом підприємства з приводу повне використання їхніх здібностей зі створення матеріальних благ і послуг [5, с. 7]. У даному визначенні, на мій погляд, підкреслена досить важлива риса економічного потенціалу. Однак, економічний потенціал однаковою мірою залежить від наявності і достатності виробничих сил, для мобілізації яких і виникають виробничі відносини.

Тривалий час у вітчизняній економічній науці економічний потенціал підприємства ототожнювалося з масштабом діяльності об'єкта, а для його характеристики використовувалися поняття розмір підприємства і його виробнича потужність. При цьому під розміром розумілися: виробнича площа, кількість робочих місць, загальна чисельність персоналу, обсяг продукції, сумарна вартість основних фондів, а під потужністю – обсяг продукції в натуральному вимірі. Однак і розмір, і потужність дають тільки орієнтоване представлення про можливість підприємства, тому що: виступають характеристиками, що не знаходяться в прямого взаємозв'язку з умовами й інтенсивністю використання ресурсів підприємства по призначенню; не відбивають ступінь ефективності використання ресурсів для оптимізації можливостей підприємства [5, с. 6]. З огляду на той факт, що у процесі вивчення економічних дисциплін підприємство розглядається як відкрита економічна система, із гносеологічної точки зору категорію «економічний потенціал підприємства» можна розглядати як тотожну категорію «потенціал підприємства».

Найбільш розповсюджене поняття сутності потенціалу підприємства як сукупності природних умов і ресурсів, можливостей, запасів і цінностей, що можуть бути використані для досягнення визначених цілей, що близько до визначення Великого економічного словника. Крім того, іноді потенціал підприємства визначають як можливість господарської системи виробля-

ти продукцію (що близько до його визначення як виробничої потужності) чи як можливості продуктивних сил забезпечувати визначений ефект [6, с. 23].

Таким чином, практично усі визначення тією чи іншою мірою спираються на ресурси підприємства, з одного боку, і досягнення з їхньою допомогою поставлених цілей, з іншого.

Не применшуючи значення ресурсів як базису у формуванні потенціалу підприємства, відзначимо, що саме по собі їхня наявність не є гарантом досягнення будь-яких цілей. Широке трактування значеннєвого змісту терміна «потенціал», приведена у Великій Радянській Енциклопедії [7, с. 93], дозволяє застосувати його до різних областей науки і діяльності людини в залежності від того, про яку силу, засоби, запаси, джерела мова йде. У роботах, присвячених дослідженню теорії потенціалів, застосовують широкий клас визначень потенціалу, серед яких: народно-господарський, економічний, оборонний, інтелектуальний, природно-ресурсний, науково-технічний, кадровий, виробничий, будівельний, сільськогосподарський, інфраструктурний, інформаційний, організаційний, соціальногорозвитку, потенціал продуктивних сил і виробничих відносин. Аналізуючи публікації по проблемі формування й оцінки потенціалу виявляється її недостатнє теоретичне обґрунтування. Основна маса публікацій з теорії потенціалів присвячена такої категорії як економічний потенціал підприємства.

Аналіз економічної літератури показав, що коло визначень економічного потенціалу підприємства дуже широкий – від надзвичайно вузького його розуміння як річного обсягу виробництва продукції до таких загальних категорій, як соціально-економічна система. Зіставивши аналізи можна зробити висновок, що потенціал – це є сукупність можливостей підприємства, що визначаються на основі вже наявних ресурсів і реалізованих у процесі застосування управлінських процедур, для постанови, підтримки його норм і розвитку в умовах мінливого зовнішнього середовища. А економічний потенціал характеризується визначеним набором ресурсів, що повинні бути притягнуті в виробництво, підготовлені до використання в господарській системі. Тобто, можна сказати, що економічний потенціал як категорія характеризує досягнутий рівень розвитку.

Класифікація видових проявів потенціалу підприємства здійснюється за такими напрямками (рис. 1) [5, с. 9]:

- 1) за об'єктами дослідження;
- 2) за ступенем реалізації;

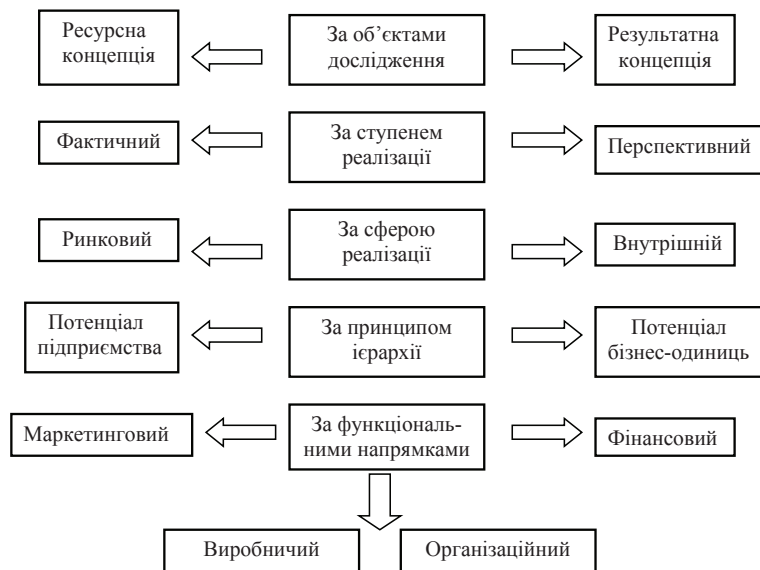


Рис. 1. Класифікація видових проявів потенціалу підприємства

- 3) за сферою реалізації;
- 4) за принципом ієрархії;
- 5) за функціями управління.

За об'єктами дослідження виділяють ресурсну та результатну концепції потенціалу підприємства. Ресурсна концепція розглядає потенціал як сукупність ресурсів підприємства, оцінка яких здійснюється за вартістю їхнього залучення.

У рамках результатної концепції потенціал підприємства може розглядатися як здатність господарської системи освоювати, переробляти ресурси для задоволення суспільних потреб і створення певного результату. Оцінка його величини в цьому випадку полягає у визначенні максимальної кількості благ, які підприємство здатне виробити за умов даної кількості, якості та структури ресурсів [5, с. 9].

Наступним рівнем класифікації є поділ потенціалу підприємства за ступенем використання можливостей підприємства на фактичний (поточний, реалізований, досягнений у даний момент) і перспективний (стратегічний, орієнтований на досягнення довгострокових цілей). Така диференціація дозволяє оцінювати ступінь використання потенціалу підприємства через порівняння його перспективного рівня з фактичним значенням. Основним етапом оцінки стає визначення потенційних можливостей підприємства.

За сферою реалізації потенціал можна розглядати як ринковий (зовнішній) і внутрішній. Зовнішній характеризує можливості підприємства, орієнтовані на ринок, і визначається потенційним обсягом попиту, незадоволеним сформованою ним пропозицією

її [5, с. 10]. Підприємство має обмежений вплив на зовнішній (ринковий) потенціал через складність, динамічність, непередбачуваність зовнішнього середовища. Внутрішній потенціал представлений ресурсами та компетенціями, які дозволяють реалізувати ринкові шанси, що надаються.

Досліджуючи ієрархію потенціалів, підприємство можна розглядати як систему, що складається з більш дрібних підсистем – бізнес-одиниць, виділених за принципом значущості їхнього функціонування для бізнесу в цілому. У цьому випадку має місце класифікація проявів потенціалу за принципом ієрархії від потенціалу підприємства як системи глобального рівня до потенціалів бізнес-одиниць як підсистем нижчого рівня, які визначають разом з тим ефективність реалізації сукупних можливостей за рахунок адитивного та синергічного ефекту.

Правомірно розглядати також потенціал підприємства за функціональними напрямками його формування та використання. У цьому випадку виділяють потенціал маркетинговий (здатність маркетингової системи підприємства забезпечити його постійну конкурентоспроможність); виробничий (здатність виробничої системи забезпечити випуск продукції в обсязі, що відповідає потенціалу попиту); фінансовий (здатність фінансової служби забезпечити основні ланки ланцюжка «збут – виробництво – закупівлі» фінансовими ресурсами за принципом найбільш ефективного їхнього розподілу); організаційний (здатність менеджменту створити ефективну систему взаємодії між усіма елементами потенціалу) [5, с. 11].

Незважаючи на різноманітність видових проявів потенціалу підприємства властиві деякі характерні риси, а саме: призначення – означає, що потенціал підприємства взагалі та кожен його елемент формуються для реалізації точно визначених здібностей; здатність до самовідтворення та розвитку – означає, що потенціал і його елементи змінюються відповідно з вимогами зовнішнього та внутрішнього характеру; поліструктурність – означає, що потенціал підприємства поєднує в собі різні структурні елементи, деякі з яких також характеризуються власною структурою (наприклад, виробничий потенціал); взаємозамінність, альтернативність елементів – означає можливість вибору ефективних варіантів розподілу ресурсів між елементами потенціалу для забезпечення збалансованої рівноваги.

У зв'язку з тим, що формування економічного потенціалу підприємства є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію з зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості реалізації, важливо визначити, які саме фактори обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість і ефективність використання. Очевидно, що в основі побудови системи цих факторів повинен лежати принцип сфери впливу на елементи потенціалу, відповідно якого усі фактори можна класифікувати на зовнішні і внутрішні щодо формування і розвитку потенціалу [5, с. 32].

До зовнішніх факторів відносяться економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними чи стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил і т.д. Такими заходами, як правило, виступають податкові, процентні ставки, законодавчі, етичні, суспільні норми, тиск політичних сил.

Крім того, важливим зовнішнім фактором є також ринкові умови на вході (умови конкуренції на ринках ресурсів) і виходу із системи (умови конкуренції безпосередньо в області). Перший фактор зв'язаний з вартістю забезпечення кожного елемента потенціалу ресурсами, що є альтернативною вартістю цих ресурсів, тобто цінністю тих альтернативних можливостей, від яких довелося відмовитися через напрямок ресурсів у того, а не інший елемент потенціалу з метою максимального досягнення цілей. Другий фактор означає, що для завоювання міцних ринкових позицій потенціал підприємства належний відповідати необхідним конкурентним властивостям продукції (ціні, якості, технічним харак-

теристикам, сервісу, гарантіям). Так, при умовах посилення конкуренції підприємство повинне сфокусувати свої зусилля на максимальній реалізації наявного потенціалу і створенні нового за рахунок своєчасного виявлення слабких позицій конкурентів. Інновації з боку конкурентів вимагають, як правило, адекватного реагування шляхом створення і реалізації нових можливостей.

До внутрішніх факторів [5, с. 33] відноситься, насамперед, стратегія підприємства, для реалізації якої формується потенціал, досвід і звички менеджерів, необхідні для реалізації намічених планів, принципи організації і ведення бізнесу, якими керуються на підприємстві, моральні цінності й амбіції керівників, а також загальноприйняті в рамках підприємства цінності і культура.

Рішення щодо формування потенціалу орієнтовані на майбутнє і тому базуються на попередніх умовах розвитку релевантних факторів, тобто визначених передумовах. Особливе значення мають передумови, що визначаються потребами клієнтів і впливають на якість «виходу», пріоритет якого в процесі формування потенціалу був визначений вище. Крім того, дуже важливі передумови, зв'язані з конкурентами, тому що ресурсний потенціал підприємства утрачає свою цінність саме під їх тиском. Також повинні бути враховані і внутрішні передумови, зв'язані з загальноприйнятими установками усередині підприємства.

Фактори формування дають оцінку тільки складовим, котрі впливають на загальну взаємодію в середовищі і не дають уяву про внутрішню структуру. Для кращого розуміння сутності стратегічного потенціалу розглянемо його структуру. При формуванні стратегічного потенціалу підприємства необхідно виходити з того, що його структура являє собою визначену взаємозалежну сукупність його локальних потенціалів, тобто потенціалів кожного виду ресурсів, що забезпечують максимально ефективну реалізацію довгострокових цілей і стратегічних напрямків розвитку підприємства [4, с. 99]. Оптимальна структура потенціалу повинна мати мінімальну кількість компонентів, але, разом з тим, вони повною мірою повинні виконувати задані функції. Існує трохи можливих підходів до структуризації потенціалу підприємства: блочно-модульна структуризація і функціональна [5, с. 12]. Блочно-модульна структуризація потенціалу підприємства заснована на взаємодії трьох складових, які охоплюють усі стратегічні компоненти підприємства, що дозволяють досягти поставленої цілі, і

найбільше повно характеризують внутрішній стан підприємства - ресурсів, системи керування і діяльності персоналу (рис. 2).

Автори блочно-модульної структуризації пропонують у складі блоку ресурсів виділяти кадрові, інформаційні, фінансові і матеріальні. Такий підхід, на мій погляд, упускає з виду коштовні організаційні ресурси і нематеріальні активи

Одержала поширення концепція виділення в сукупності ресурсів наступних елементів [8, с. 53]: технічні ресурси (виробничі потужності і їхні особливості, оснащення, матеріали і т.д.); технологічні ресурси (технології, наявність конкурентноздатних ідей, наукові розробки й ін.); кадрові ресурси (кваліфікаційний, демографічний склад працівників, їхнє прагнення до знань і удосконалювання, інтелектуальний капітал); просторові ресурси (характер виробничих приміщень території підприємства, розташування об'єктів нерухомості, комунікацій, можливість розширення й ін.); інформаційні ресурси (кількість і якість інформації про внутрішнє і зовнішнє середовище, каналів його поширення, можливості розширення і підвищення вірогідності інформаційної бази і т.д.); ресурси організаційної структури системи керування (характер і гнучкість керуючої системи, швидкість проходження керуючих впливів і ін.); фінансові ресурси (наявність і достатність власного і позикового капіталу, стан активів, ліквідність, наявність кредитних ліній і т. ін.).

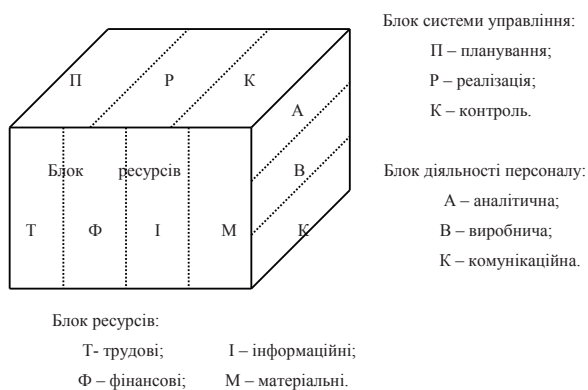


Рис. 2. Блочно-модульна структуризація потенціалу підприємства

Слід зазначити, що при умовах декомпозиції потенціалу підприємства з розгляду виключається така складова технічних ресурсів, як предмети роботи. Це зв'язано з тим, що можливість предметів роботи ставати матеріальною основою продукції не залежить від часу і характеристик виробничої системи, але має місце завдяки її наявності. Приведене

вище групування теж не позбавлене недоліків, тому що в сучасних умовах конкурентне положення підприємства по інших рівних виробничих, організаційних і фінансових умовах визначається ще і діловою репутацією підприємства, наявністю в ньому позитивного іміджу, що, на мій погляд, правомірно розглядати як невід'ємний елемент системи ресурсів.

Узагальнюючи вище викладене, блок ресурсів підприємства, надумку Краснокутської Н.С. [5, с. 15], повинний включати наступний склад (рис. 3).



Рис. 3. Ресурсні складові потенціалу підприємства

Будь-який з зазначених видів ресурсів складає сукупність можливостей досягнення цілей підприємством. Це означає, що маючи у своєму розпорядженні ті чи інші засоби виробництва, кадри, виробничі приміщення з визначеними характеристиками, спорудження та інші ресурси, підприємство тією чи іншою мірою здатне задовольняти потреби і запити потенційних покупців.

Крім ресурсної складової в сучасній економічній теорії виділяють блок системи управління. В управлінському блоці формується місія, розробляється стратегія розвитку, визначаються цілі на найближчу перспективу. У ньому, як правило, розрізняють три підсистеми [9, с. 44]:

планування – націлена на виявлення майбутнього потенціалу успіху. З урахуванням довгострокових цілей підприємство повинне вирішити, чи треба намагатися формувати новий потенціал чи діяти за ранне наміченим курсом, тобто використовувати уже виявлений; реалізація – має задачами створення нового потенціалу і перетворення існуючого у фактори успіху. Підсистема, націлена на створення нового потенціалу, знаходиться в тісному зв'язку з адаптивним і генеративним навчанням. Підсистема, націлена на перетворення існуючого потенціалу у фактори успіху, повинна забезпечити трансформацію компетенції і внутрішніх ресурсів, що відповідають ринко-

вим шансам, у ринкові конкурентні переваги, що повинні, у свою чергу, впливати на рішення про закупівлі з боку покупця;

контроль – виконує функції перевірки ефективності здійснення планів і рішень (чи дотримують плани, чи досягається адекватна конкурентна позиція, чи забезпечує ця позиція задовільні результати) і постійного контролю за вірогідністю планових передумов. Останнє зв'язано з тим, що будь-який план фактично базується на чеканні визначеного розвитку ринкової ситуації, що відрізняється нестабільністю і мінливістю, і тому вимагає постійної перевірки на придатність у випадку можливих змін.

Особлива увага приділяється блоку діяльності персоналу, оскільки будь-яка організація – це насамперед люди. Даний блок містить три складові [5, с. 16]: аналітична діяльність персоналу – містить у собі наукові дослідження і розробки, і є основою для того чи іншого виробництва ресурсу чи продукції; виробнича діяльність персоналу – охоплює безпосередньо діяльність, зв'язану зі здійсненням виробничого процесу; комунікаційна діяльність персоналу – діяльність, спрямована на взаємодію з ринком. Вона виконує функції розробки і застосування комплексу маркетингових інструментів впливу на ринок (просування, стимулювання, ціноутворення, товарна політика). Разом з тим за допомогою комунікаційної складеної забезпечується надходження інформації про зовнішнє середовище, що необхідна для управління на етапі планування і розробки стратегічних цілей.

Найбільше поширення одержала структуризація в залежності від специфіки підприємства, і виділяють наступні функціональні області: маркетинг, виробництво, кадри, менеджмент, фінанси, інформацію, наявність яких обумовлює необхідність функціональної структуризації потенціалу підприємства. У рамках кожної функціональної області формується свій внутрішній потенціал, що умовно можна поділяти на об'єктний і суб'єктний у залежності від ознак, що лежать у його основі.

До об'єктних складових потенціалу підприємства відносяться [5, с. 17]:

- ресурсно-сировинний потенціал, що визначається сукупністю сировини, матеріальних запасів і резервів, що знаходяться в розпорядженні підприємства на сучасний момент і розраховується на основі середньозваженої забезпеченості суб'єкта, що хазяює, балансовими запасами основних видів ресурсів;

- виробничий потенціал являє собою сукупність вартісних і натурально-речовинних характеристик виробничої бази, що виражається в потенційних можливостях робити продукцію визначеного складу, технічного рівня і якості в необхідному обсязі. Виробничий потенціал характеризується наявністю таких складених як основні виробничі фонди, трудові ресурси і технології, що мають у розпорядженні підприємства і визначається рівнем використання даних складених [4, с. 99];

- інноваційний потенціал характеризує здатність працівників підприємства здійснювати наукові дослідження і розробки, спрямовані на удосконалення виробничих і технологічних процесів, розробляти і реалізовувати інноваційні проекти [5, с. 17];

- фінансовий потенціал являє собою сукупність фінансових ресурсів, що беруть участь у виробничо-господарській діяльності і характеризується можливістю їх залучення для фінансування майбутньої діяльності і визначених стратегічних напрямків розвитку підприємства. Для оцінки фінансового потенціалу необхідно враховувати такі показники як обсяг власних засобів, можливість залучення кредитів; оперативність керування фінансами; обсяг дебіторської заборгованості. Останній параметр враховується зі зворотним знаком, оскільки хоч наявність даного показника в процесі господарської діяльності може бути обґрунтованою, однак нарощуванню потенціалу сприяє його зменшення, а не збільшення [4, с. 100];

- інформаційний потенціал характеризує можливість створення інформаційної бази гарантувати своєчасні і повні насичення підприємства достовірною вхідною, вихідною, нормативно-довідковою, оперативною інформацією для прийняття рішень у процесі господарської діяльності підприємства і досягнення цілей його розвитку;

- інфраструктурний потенціал відбиває рівень інфраструктурної забезпеченості підприємства і його господарських підрозділів;

- інвестиційний потенціал відбиває ступінь можливості вкладення засобів в активи тривалого користування з метою одержання прибутку чи інших результатів [4, с. 100].

До суб'єктних складових потенціалу підприємства відносять:

- маркетинговий потенціал є комплексною характеристикою, що відбиває потенційні можливості підприємства в захопленні нових ринків збуту, здатності до адекватного реагування на зміни умов збуту і контроль, що забезпечує

управління і, за ринковими процесами. Для його оцінки необхідно оцінювати частку ринку конкретного підприємства, оскільки висока частка ринку свідчить про набагато більший потенціал і дає можливість впливу на інших її суб'єктів, а низька змушує підприємство адаптуватися. Також варто оцінювати конкурентні переваги й імідж підприємства. Важливим показником маркетингового потенціалу є характеристика збуту, зокрема, наявність у підприємства власної (чи контрольованої) збутової мережі, обсяг продажів і потенційна пропускна здатність збутової структури [4, с. 100];

- потенціал організаційної структури управління є визначальним у процесі розробки і реалізації стратегій розвитку і досягнення цілей підприємства. Динамічно непостійне зовнішнє оточення визначає необхідність постійної координації цілей і стратегій розвитку підприємства, і саме система його управління є основним гарантом одержання намічених результатів. Потенціал системи управління можна визначити як комплекс можливостей, наданих організаційною структурою, науково-технічним потенціалом і інформаційним забезпеченням для прийняття адекватних рішень, що відповідають зовнішнім умовам, у яких функціонує підприємство, а також прийнятим цілям і стратегії розвитку. При аналізі організаційно-управлінського потенціалу необхідна комплексна оцінка швидкості й обґрунтованості прийняття рішень, рівня делегування повноважень, рівня планування, якості контролю, прохідності інформації, системи мотивації;

- кадровий потенціал характеризується кількісним і якісним складом промислово-виробничого персоналу підприємства. При його оцінці важливе значення мають рівень кваліфікації співробітників, рівень мотивації і реальна можливість кар'єрного росту працівників;

- екологічний потенціал характеризує рівень забруднення навколишнього середовища, забезпеченість підприємства природоохоронними технологіями і можливостями введення в дію потужностей для охорони від забруднення водних ресурсів і атмосфери [34, с. 18].

Висновок. Усі зазначені види локальних потенціалів знаходяться між собою в безпосередньому взаємозв'язку і визначеній взаємозалежності. Проведення комплексного аналізу даних складених дозволяє одержати найбільш повну і достовірну оцінку економічного потенціалу і всього стану підприємства. Слід зазначити, що дані складові, у свою чергу, являють собою сукупність визначеного числа ресурсних компонентів, композиційне з'єднання яких варіюється в залежності від реалізованого стратегічного напрямку розвитку підприємства.

Література

1. Словарь иностранных слов / Ред. Васюкова. – М., 1972.
2. Этимологический словарь русского языка / Ред. Шанского Н.М. – М.: Прозерпина: ТОО «Школа», 1994. – 621 с.
3. Большая Советская Энциклопедия / Ред. Введенский Б.А. – Т. 34. – М.: БСЭ, 1949. – 656 с.
4. Бузько І.Р., Дмитренко І.Є., Сущенко О.А. Стратегічний потенціал і формування пріоритетів у розвитку підприємств: Монографія. – Алчевськ: вид-во ДГМІ, 2002. – 216 с.
5. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
6. Авдеенко В.Н., Котлов В.А. Производственный потенциал промышленного предприятия. – М.: Экономика, 1989. – 239 с.
7. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства: Короткий курс лекцій. – К.: МАУП, 2000. – 128 с.
8. Градов А.П. Экономическая стратегия фирмы: Учеб. пособие. – СПб.: Спец. литература, 1999. – 589 с.
9. Максимов В.В. Стратегическое управление регионом на основе эколого-экономической концепции // Экономічний розвиток та регіональна політика в сучасних умовах: Сб. науч. трудов ВУГУ. – Луганск, 2000. – № 4. – С. 180-187.