

тивності за допомогою методів багатовимірної аналізу. Оскільки часткові показники, як правило різні та несумісні, то необхідною умовою побудови бальних оцінок є усунення відмінностей в розмірності показників.

Список використаних джерел

1. Болюх М.А. Економічний аналіз: [навч. посіб.] / М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатюк. – К.: КНЕУ, 2003. – 540 с.
 2. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: [навч. посіб.] / В.О. Мец. – К.: Вища пік., 2003. – 278 с.

3. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності / О. Кононенко. – Х.: Фактор, 2003. – 148 с.
 4. Сучасний економічний аналіз господарюючих суб'єктів: [за ред. к.е.н., проф. О.П. Крижановської, к.е.н., проф. А.В. Сосновського]. – Одеса: Пальміра, 2008. – 232 с.
 5. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: [підруч.] / П.Я. Попович. – К.: Знання, 2008. – 630 с.
 6. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: [підруч.] / Є.В. Мних. – К.: Київ. Нац. торг.-еко. ун-т, 2008. – 514 с.
 7. Теория и практика статистического моделирования экономики / Под ред. Е. Четыркина и А. Класа. – М.: Финансы и статистика, 1986. – 272 с.

В.М. КОШЕЛЬНА,

здобувач, Київський національний університет будівництва і архітектури

**Ресурсно-іміджевий потенціал підприємства:
теоретичні аспекти визначення сутності та структури**

У статті узагальнено сутність таких важливих економічних категорій, як «ресурс», «потенціал», «ресурсний потенціал підприємства», «іміджевий ресурс». Акцентовано увагу на обґрунтуванні змісту категорій «ресурсно-іміджевий потенціал підприємства», зважаючи на провідну роль ресурсного забезпечення у сталому розвитку сучасного підприємства.

Ключові слова: ресурс, потенціал, ресурсний потенціал підприємства, іміджевий ресурс.

В.Н. КОШЕЛЬНАЯ,

соискатель, Киевский национальный университет строительства и архитектуры

**Ресурсно-имиджевый потенциал предприятия:
теоретические аспекты определения сути и структуры**

В статье обобщена суть таких важных экономических категорий, как «ресурс», «потенциал», «ресурсный потенциал предприятия», «имиджевый ресурс». Акцентируется внимание на обосновании содержания категорий «ресурсно-имиджевый потенциал предприятия», учитывая ведущую роль ресурсного обеспечения в устойчивом развитии современного предприятия.

Ключевые слова: ресурс, потенциал, ресурсный потенциал предприятия, имиджевый ресурс.

V.M. KOSHELNA,

Researcher, Kyiv National University of Construction and Architecture

**The resource potential of the company image:
theoretical aspects of determination of nature and structure**

This paper summarizes the essence of important economic categories as «resource», «potential», «resource potential of the enterprise», «image resource». Attention is given to justify the content categories «enterprise resource-image potential», given the central role of resource support for the sustainable development of a modern enterprise.

Keywords: resource, potential, resource potential of the enterprise, image resource.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку національної економіки конкурентоспроможність будь-якого суб'єкта господарювання забезпечується ефективністю його управління. До ключових об'єктів управління якраз належить ресурсний потенціал підприємства. Діяльність у ринковому середовищі вимагає прийняття управлінських рішень від керівництва щодо збільшення обсягів виробництва продукції шляхом більш ефективного використання ресурсів; пошуку шляхів зниження витрат на реалізацію; підвищення якості продукції, визначення та вивчення особливостей певних цільових ринків реалізації продукції. Це в загальному підсумку забезпечить отримання необхідного та додаткового прибутку для ефективного розвитку підприємства. Проте у сучасних умовах господарювання механізм управління ресурсним потенціалом не в повній мірі задовольняє вимоги щодо підвищення ефективності діяльності суб'єктів господарювання та отримання оптимальних фінансових результатів.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Теоретичним і прикладним аспектам формування та використання ресурсного потенціалу промислового підприємства присвячені наукові праці українських та зарубіжних вчених: О.М. Вишневської, Н.С. Довгаля, О.Г. Кантора, О.В. Коваленко, О.В. Коренкова, Н.С. Краснокутської, Н.Г. Міценко, М.Я. Мойси, К.М. Миска, Г.М. Підлісецького, С.Е. Сердака, Е.А. Суценка та інших. Віддаючи належне теоретичній та практичній цінності попередніх здобутків, існує потреба в системному дослідженні проблематики формування стратегій використання ресурсного потенціалу сучасними промисловими підприємствами.

Метою статті є узагальнення наукових поглядів щодо трактування таких економічних категорій, як «ресурси», «потенціал», «ресурсний потенціал», та визначення їхнього місця в ефективності управління підприємством.

Виклад основного матеріалу. Основу поняття «ресурсний потенціал» становлять поняття «ресурси» та «потенціал».

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ресурс – запас, джерело. Цей термін є досить багатограним. Він включає в себе такі поняття, як «економічний ресурс», «природний ресурс», «вторинний ресурс», «трудоий ресурс», «матеріальний ресурс», «виробничий ресурс» тощо [1, с. 38; 11, с. 233]. Проте в даному випадку нас цікавить останнє. Виробничі ресурси (resources – допоміжний засіб, від латин. resurgo – підіймаюся, виникаю, поновлююся знову) – ресурси, які використовуються у виробничому процесі (природні, трудові, капітал, підприємницька діяльність) [11, с. 233].

Потенціал (англ. potential, нім. potential) – можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані. Якщо говорити про потенціал підприємства, то на переважну думку науковців це сукупність ресурсів, які можуть бути використані у процесі підприємницької діяльності суб'єктом господарювання.

Н.С. Краснокутська дає таке визначення поняття «потенціал підприємства» – можливості системи ресурсів підприємства і його компетенції створювати результат за допомогою реалізації бізнес-планів [3, с. 6].

Що ж до самого визначення терміну «ресурсний потенціал», то існує досить широке коло визначень, які його характеризують. Так, С. Сердак визначає ресурсний потенціал як сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових, фінансових ресурсів, зокрема здатність робітників підприємства ефективно використовувати названі ресурси для виконання місії, досягнення поточних та стратегічних цілей підприємства. При цьому ресурсний потенціал підприємства можна охарактеризувати чотирма основними критеріями:

- реальними можливостями підприємства в тій чи іншій сфері діяльності (також і нереалізовані можливості);
- обсягом ресурсів як залучених, так і тільки підготовлених до використання у виробництві;
- здатністю кадрів (менеджерів) використовувати ресурси, вміння розпоряджатися ресурсами підприємства;
- формою підприємництва та відповідною організаційною структурою підприємництва [7, с. 84–87].

На думку І.В. Должанського, ресурсний потенціал – це сукупність природних, матеріальних, фінансових компонентів, тобто сукупність економічних ресурсів і виробничих можливостей фірми, які можуть бути використаними для досягнення цілей фірми і її розвитку [2, с. 25].

С.І. Терещенко зазначає, що ресурсний потенціал підприємства – це не тільки сукупність ресурсів, що є в розпорядженні підприємства, а й спроможність працівників і менеджерів використовувати ресурси з метою виробництва продукції та отримання максимального прибутку. Він характеризує не весь запас конкретного ресурсу, а ту його частину, яка залучена у виробництво з урахуванням економічної діяльності та з урахуванням економічної доцільності та досягнень науково-технічного прогресу і включає в себе не тільки сформовану систему ресурсів, а й нові альтернативні ресурси та їхні джерела. Ресурсний потенціал з погляду підприємства як господарюючого суб'єкта є важливим чинником, який впливає на ефективність фінансово-господарської діяльності [8, с. 194].

Н.Г. Міценко доводить, що ресурсний потенціал є системою взаємопов'язаних різних видів ресурсів, які є у розпорядженні підприємства або можуть бути залучені до його господарської діяльності для максимального задоволення

потреб споживачів та підвищення його конкурентоспроможності на ринку. При цьому він визначається не просто кількістю та якістю ресурсів, які є на цей момент, а й їхнім оптимальним співвідношенням, відповідністю їхньої величини складу потребам вирішуваних завдань [4, с. 194].

Інший вчений, М.К. Миско, розглядає ресурсний потенціал як сукупну величину реалізованих і нереалізованих можливостей використання ресурсів у процесі задоволення суспільних потреб і що виражається в ресурсній формі її представлення [5, с. 94].

На нашу думку, ресурсний потенціал підприємства є сукупністю наявних на певний момент у суб'єкта господарювання ресурсів, у тому числі матеріальних, трудових, фінансових нематеріальних та інформаційних, які він може використати у процесі створення певного суспільного блага та для виконання основної мети підприємницької діяльності – отримання оптимального кінцевого фінансового результату. Слід зазначити, що доцільно розглядати таку категорію, як «можливий ресурсний потенціал», тобто ресурси, які на певний момент не є наявними на підприємстві, але можуть бути отримані для забезпечення позитивної динаміки обсягів виробництва та прибутку.

Більшість дослідників формують таку структуру ресурсного потенціалу підприємства:

- матеріальні ресурси, які, своєю чергою, складаються з необоротних та оборотних активів;
- трудові ресурси;
- фінансові ресурси;
- нематеріальні ресурси;
- інформаційно-методичні ресурси.

Матеріальні ресурси – економічні ресурси в матеріально-речовій формі, які використовуються у господарській діяльності підприємства. Основні фонди – це засоби праці, які мають вартість і функціонують у виробництві тривалий час у своїй незмінній споживчій формі, а їхня вартість переноситься конкретно працею на вартість продукції, що виробляється, частинами в міру спрацювання. Оборотні фонди – частина виробничих фондів у вигляді певної сукупності предметів праці, елементи яких цілком споживаються у кожному виробничому процесі (циклі) і переносять всю свою вартість продукції, що виробляється.

Трудові ресурси – загальна чисельність наявного працездатного населення на території країни, адміністративно-територіальні одиниці або на підприємстві; основна продуктивна сила суспільства. Іншими словами, трудові ресурси – сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку і досвід практичної роботи [6, с. 50].

Фінансові ресурси – сукупність грошових коштів та надходжень, які є в розпорядженні підприємства для виконання фінансових зобов'язань, здійснення витрат на відновлення підприємства та стимулювання працівників. Фінансові ресурси дуже важливі як вихідний вид ресурсів для створення та діяльності підприємства, забезпечують процес виробництва, є невідмінною умовою неперервності процесу виробництва [6, с. 65].

Нематеріальні ресурси – це складова частина потенціалу підприємства, що здатна забезпечувати економічну користь протягом відносно тривалого проміжку часу. Для цього виду ресурсу є характерними нематеріальна основа і невизна-

ченість величини майбутнього прибутку від її використання у процесі виробництва. Цей термін використовується для характеристики сукупності об'єктів інтелектуальної власності.

Інформаційно-методичні ресурси – це семантична інформація у вигляді понятійного знання, що відображає не стільки індивідуальні, скільки суспільні (колективні) знання. Для розуміння інформаційного ресурсу важливе значення має форма існування та подавання знання. Під знаннями розуміють відображення різних аспектів реальності у вигляді ідей, понять, уявлень про предмети та явища. Знання можуть передаватися іншим людям, матеріалізуватися та існувати в різних формах: «живі» знання (кваліфікація працівників); уречевлені знання (у продукції, роботах, послугах); інформація (повідомлення) [9, с. 6–7].

З точки зору Н.М. Ушакової ресурсний потенціал підприємства має інший склад:

- технічні ресурси (виробничі потужності та їхні особливості, обладнання, матеріали тощо);
- технологічні ресурси (технології, наявність конкурентоспроможних ідей, наукові розробки й ін.).

Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук:

- кадрові ресурси (кваліфікаційний, демографічний склад працівників, їхнє прагнення до знань і удосконалювання, інтелектуальний капітал);
- просторові ресурси (характер виробничих приміщень і території підприємства, розташування об'єктів нерухомості, комунікацій, можливість розширення й ін.);
- інформаційні ресурси (кількість і якість інформації про внутрішнє та зовнішнє середовище, каналів її поширення, можливості розширення та підвищення вірогідності інформаційної бази тощо);
- ресурси організаційної структури системи управління (характер і гнучкість керуючої системи, швидкість проходження керуючих впливів і ін.);
- фінансові ресурси (наявність і достатність власного та позикового капіталу, стан активів, ліквідність, наявність кредитних ліній і т. ін.) [10, с. 53].

Окремі публікації присвячені стратегічному управлінню ресурсним потенціалом, проте питання стратегічного управління його ефективністю в комплексному поєднанні внутрішнього і зовнішнього середовища не висвітлювалося. Саме в такій постановці завдання визначення стратегій управління ресурсним потенціалом є невирішеним. Виникає необхідність представлення результатів дослідження щодо визначення стратегій управління ресурсно-іміджевим потенціалом підприємства для підвищення ефективності його використання. Існує значна кількість визначень поняття потенціалу підприємства. У більшості з них потенціал визначається через можливості, ресурси та компетенції, результати діяльності, властивості, здатності. Незважаючи на відмінності в ключових словах, в кожному підході до його визначення наголошується на необхідності оцінювання потенціалу, врахуванні рівня використання, тобто ефективності. Оскільки потенціал характеризує внутрішню властивість підприємства проявляти себе відносно зовнішнього середовища, забезпечувати очікуваний ефект в існуючій системі зовнішніх умов господарювання, які одночасно можуть виступати йо-

го обмеженнями, ефективність потенціалу за приналежністю або проявом у певному середовищі доцільно визначати як внутрішню та зовнішню. Ці два запропоновані види ефективності потенціалу передбачають використання всіх видів економічних ресурсів для досягнення поставлених цілей у відповідності з спрямованістю в середину або зовні суб'єкта господарювання. Щодо ресурсного потенціалу як частини загального потенціалу підприємства, то він може бути охарактеризований як властивість підприємства забезпечувати виготовлення та реалізацію продукції (надання послуг) певної номенклатури, що відповідає вимогам ринку за вихідними характеристиками, якістю, асортиментом. З цією метою його необхідну ресурсну базу складатимуть матеріальні, фінансові, людські та інформаційні ресурси, які є необхідними для виробництва і реалізації продукції.

Особливий інтерес в умовах інформаціологічної економіки становить іміджевий ресурс, що є елементом інформаційних, оскільки інформація про підприємство сприяє ухваленню рішення про співробітництво з ним суб'єктів зовнішнього середовища. Кожний з видів ресурсів має бути ефективно використаний для досягнення стратегічних цілей внутрішнього і зовнішнього середовища, що вимагає обґрунтованого стратегічного управління ресурсним потенціалом у відповідності з обраною загальноекономічною стратегією життєдіяльності підприємства. Тобто виникає об'єктивна необхідність у виборі стратегій управління ресурсним потенціалом підприємства. Оскільки ефективність його використання має дві складові: внутрішню та зовнішню, стратегії управління потенціалом також доцільно визначати з урахуванням таких запропонованих складових. Їхнє поєднання створює дихотомію ефективності, унаочнити яку можливо у матричній площині з розмежуванням на певні квадранти, що представлено на рис. 1. Кожний квадрант запропонованої матриці стратегій управління ефективністю ресурсного потенціалу вимагає їх чіткого розподілу та взаємоузгодження з стратегічним набором підприємства за всіма видами стратегій (загальноекономічною, конкурентними, функціональними – як основними), тому необхідно уточнити їх класифікацію за основними класифікаційними ознаками (рис. 1), спираючись на існуючі види загальноекономічних стратегій підприємств та їх позиціонування у матриці Мак-Кінзі [9].

Оскільки основними складовими ефективності ресурсного потенціалу є внутрішня та зовнішня ефективність, а також додатково запропоновані для оцінювання ефективності використання інформаційні ресурси з таким ключовим елементом, як іміджевий ресурс, доцільно ввести такі класифікаційні ознаки стратегій, як «приналежність до середовища» та «інформаційне наповнення», що наведено на рис. 2.

До основних видів стратегій, які суттєво впливають на ухвалення рішення про економічну ефективність використання ресурсного потенціалу, доцільно віднести такі, що відповідають першим чотирьом ознакам, а саме: загальна стратегічна спрямованість життєдіяльності підприємства; бінарність управлінських рішень; приналежність до середовища; головна мета управління потенціалом. Інші види стратегій є додатковими. Окремо доцільно зупинитися на стратегіях за запропонованою класифікаційною ознакою «інформаційне наповнення», що має безпосереднє відношення до імідже-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ



Рисунок 1. Узагальнена матриця стратегій управління ефективністю ресурсного потенціалу підприємства

Рисунок 2. Класифікація стратегій управління ефективністю ресурсного потенціалу підприємства

| Класифікаційна ознака | Вид стратегії |
|--|--|
| Загальна стратегічна спрямованість | Вживання; паритету; лідерства |
| Бінарність управлінських рішень | Переважних дій; виважених дій; відмови від дій; |
| Приналежність до середовища | Внутрішньої ефективності; зовнішньої ефективності; |
| Головна мета | Збільшення: ринкової вартості підприємства(капіталу); доходності або прибутковості; ліквідності; долі ринку; іміджу; обсягів виробництва; обсягів реалізації, зменшення ризику; |
| Темпи підвищення ефективності | Інтенсивна, якщо темпи зміни ефективності перевищують середньогалузеві або власні у попередньому періоді чи за попереднім проектом (з нарощуванням темпів); неінтенсивна (з незмінністю темпів); регресивна(з уповільненням темпів); |
| Обсяги ефекту | Активна(із збільшенням обсягів ефекту); стабільна(з незмінністю обсягів ефекту); обережна(із зменшенням обсягів ефекту); |
| Цільовий об'єкт | Матеріальні, фінансові, людські, інформаційні ресурси |
| Конкурентна спрямованість | Цінозабезпечуюча; якістьзабезпечуюча; пошуку можливостей; інноваційна; |
| Функціональна спрямованість | маркетингова; постачальницька; підготовки виробництва; виробнича; збутова; |
| Рівень ефективності | високоєфективна; середньо ефективна; низько ефективна або неефективна; |
| Рівень ризику | високо ризикова; середньо ризикова; низько ризикова або ризикова; |
| Джерело коштів для забезпечення ефективності | позикова; залученого інвестування; само інвестування; |
| Форма власності коштів для забезпечення ефективності | приватного інвестування; колективного інвестування; державного інвестування; муніципального інвестування; змішана; |
| Вид податкових та ефективних пільг | пільгова; крапкового або селективного пільгування; відсутності пільг; |
| Рівень інноваційності пропозицій з підвищення ефективності | інноваційна (мутаційна); імітаційна; |
| Термін | довгострокова; середньострокова; короткострокова; |
| Незмінність умов стратегії | адаптивно-ситуаційна; постійна; |
| Зосередження капіталу | диверсифікації (вузької-споріднені об'єкти за галузевою, територіальною та іншими ознаками; широкої-у неспоріднені об'єкти); концентрації |

вого ресурсу. За стратегією оновлення інформації про іміджу підприємства доцільно збільшувати інтенсивність інформаційних повідомлень, актуалізувати інформацію та підвищувати її якість, за стратегією стабілізації слід підтверджувати вже існуючу інформацію за обраними напрямками, актуалізуючи її сутність у відповідності з здобутками ефективного використання ресурсного потенціалу підприємства, за стратегією переваг доцільно підкреслювати унікальність підприємства та його здобутків щодо досягнення ефективного використання ресурсного потенціалу. Таким чином, основні й запропоновані

стратегії управління ресурсного потенціалу доцільно позиціонувати за квадрантами матриці у відповідності з рис. 3.

Наведені у рис. 3 стратегії за сутнісним наповненням дозволяють об'єднати квадранти матриці у певні зони ефективності, так квадранти 1, 3, 4 складають зону досягнення або забезпечення ефективності, оскільки її значення за внутрішньою та зовнішньою ознаками є низькими або середніми, квадранти 3, 5, 7 – зону зростання ефективності, що відповідає високому рівню хоча б за однією складовою ефективності або середньому або обома, квадранти 6, 8, 9 – зону підтрим-

Рисунок 3. Розподіл основних видів стратегій за квадрантами матриці

| Номер квадранта | Вид стратегії |
|-----------------|--|
| 1, 2, 4 | Виживання ;відмови від дій або виважених дій з підвищення або забезпечення ефективності; регресивної ефективності; обережної ефективності; низької і/ або середньої внутрішньої чи зовнішньої ефективності; оновлення |
| 3, 5, 7 | Паритету виважених дій з підвищенням або забезпечення ефективності; неінтенсивної ефективності; стабільної ефективності; середньої внутрішньої та високої зовнішньої ефективності, низької внутрішньої та високої зовнішньої ефективності або високої внутрішньої та низької зовнішньої ефективності, стабілізації |
| 6, 8, 9 | Лідерства; переважних дій з ефективності; інтенсивної ефективності; інтенсивної ефективності; активна; середньої внутрішньої та високої зовнішньої ефективності; середньої зовнішньої та високої внутрішньої ефективності, високої внутрішньої та зовнішньої ефективності; переваг |

ки ефективності, оскільки вона є високою за двома видами ефективності або середньої за однією та високою за іншою. Розподіл матриці на квадранти і зони можливо здійснити за шкалою Харінгтона, що є універсальною. Проте для позиціонування підприємств у матриці, розмежованою за цією шкалою, доцільно здійснити за кількісними значеннями рівнів внутрішньої і зовнішньої ефективності, уточненими за логістичною функцією, що підвищить обґрунтованість і достовірність ухвалення рішень з стратегічного управління ефективністю використання ресурсного потенціалу підприємств.

Висновки

У статті проведено аналіз, який дозволяє констатувати, що на сьогодні існує значна кількість визначень категорії, проте всі вони уособлюють наявні на підприємстві ресурси, які суб'єкт господарювання може використовувати для виробництва продукції та отримання прибутку. Основними складовими ресурсно-іміджевого потенціалу є: матеріальні ресурси; трудові ресурси; фінансові ресурси; нематеріальні ресурси; інформаційні ресурси.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби для ефективного управління підприємством існує необхідність постійного ресурсного обґрунтування можливостей суб'єкта господарювання: оцінювання наявного ресурсного потенціалу та якості його використання, а також оцінка можливого ресурсного потенціалу, який би дав змогу підвищити результативність діяльності підприємства, ключовими показниками якої є позитивна динаміка доходів та прибутковості.

Ресурсно-іміджевий потенціал залежить від використання всіх видів економічних ресурсів, включаючи інформаційні і як їх елемент – іміджеві. Стратегії управління ефективністю використання ресурсно-іміджевого потенціалу доцільно розподілити за важливістю та впливовістю на ухвалення рішення про забезпечення ефективності на основні за такими класифікаційними ознаками: загальна стратегічна спрямованість життєдіяльності підприємства; бінарність управлінських рішень; приналежність до середовища; головна мета управління потенціалом. Інші види стратегій є додатковими і характеризують особливості досягнення ефективності використання потенціалу. Додатково запропонованими класифікаційними ознаками і видами стратегій у відповідності з контекстом дослідження є такі: «приналежність до середовища» – стратегії зовнішньої та внутрішньої ефективності, «інформаційне наповнення» – стратегії оновлен-

ня, стабілізації, переваг, які мають сутнісне наповнення щодо інформаційних повідомлень про здобутки підприємства з ефективного використання ресурсного потенціалу. Всі запропоновані стратегії розміщені у матриці управління ефективністю використання ресурсного потенціалу, яка сформована за складовими внутрішньої і зовнішньої економічної ефективності і розподілена на три зони: досягнення або забезпечення, зростання та підтримки ефективності.

Список використаних джерел

1. Базелевич В.Д. Мікроекономіка: Підручник / За ред. В.Д. Базелевича. – 2-ге видання, пререроб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 679 с.
2. Должанський І.В. Управління потенціалом підприємства. – К.: Центр навчальної літератури, 2006 – 326 с.
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібн. / Н.С. Краснокутська. – К.: Вид-во ЦНЛ, 2005. – 352 с.
4. Міценко Н.Г. Ресурсний потенціал підприємства: сутність структура, стратегія використання / Н.Г. Міценко, О.І. Кумечко // Економіка, планування і управління галузі. – 2010. № 20.9. – С. 193–198.
5. Миско К.М. Ресурсний потенціал регіону (теоретичні та методологічні аспекти). – М.: Наука, 1991. – 94 с.
6. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Структурно-логічний навч. посібник / За ред. д-ра екон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2001. – 457 с.
7. Сердак С.Е. Принципи ефективного управління ресурсами суб'єктів господарювання / С.Е. Сердак // Академічний огляд. – 2008. – №2. – С. 83–88.
8. Терещенко І.С. Ресурсний потенціал підприємства: функції та структура // І.С. Терещенко // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2012. – Вип. 2 (58). – С. 191–196.
9. Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства: Підручник для вузів / Під ред. проф. Н.М. Ушакової. – К.: «Кредаіт», 1999.
10. Чумаченко М.Г. Розвиток системи обліку на принципах інформатики і кібернетики / М.Г. Чумаченко, М.С. Пушкар // Удосконалення системи обліку, аналізу та аудиту як складової інформатизації суспільства: Матеріали міжнар. міжвуз. наук.-практ. конф. (Тернопіль – Мукачєво – 2004) / Тернопіль. – 2004. – С. 5–11.
11. Цимбалюк Л.Г. Формування та управління витратами виробництва / Л.Г. Цимбалюк, Н.П. Скригун, Л.І. Антошкіна. – Донецьк: Юго-Восток, 2009. – 240 с.
12. Богачевський Б.Є., Заблоцька І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.