

фірми повинна бути гнучкою та еластичною для забезпечення фірмі рентабельності. Для зменшення цін на туристичні послуги слід впроваджувати автоматизацію виробничих процесів, скорочувати чисельність персоналу, стандартизувати туристичні продукти, розробляти й продавати групові тури. При розрахунку своїх витрат на перспективу тур фірма повинна враховувати масштаби інфляції. Проаналізувавши структуру ціни, фактори та методи формування цін на туристичні послуги, можна зробити висновок що ціна є важливішим інструментом ефективного механізму управління конкурентоспроможним туристичним продуктом.

Література

1. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2008. – 109с.
2. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Мейкенз. – М.: Юнити, 2007. – 1071 с.
3. Мідлтон В. Менеджмент туризму / В. Мидолтон. – М.: Юнити, 2009. – 536 с.
4. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва / П.Р. Пуцентейло. – К.: ЦУЛ, 2007. – 300 с.

*Рецензент доктор екон. наук І.І. Соколы*

658.589:519.866

*Смірнов Є.В., здобувач,  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, м. Київ*

**МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ ВИМІРЮВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ**

Забезпечення стабільності й ефективності функціонування підприємств України в несталих ринкових умовах залежить від якості і своєчасності прийняття управлінських рішень щодо ведення інноваційної діяльності та визначення перспективних напрямків функціонування підприємства. Сучасні тенденції розвитку світової економіки збільшують роль інтелектуальних та інформаційних ресурсів для виробництва конкурентоздатної продукції. А перехід промислового виробництва до використання сучасних інформаційних технологій супроводжується більш високим рівнем автоматизації виробництва та відповідним рівнем кваліфікації працівників. Унаслідок чого виробництво все більше залежить від ефективних дій людини, а знання перетворюються в один із основних факторів створення нової вартості. Тоді підвищення гнучкості і точності управлінських рішень можливе лише за наявності ефективного інструменту, який дозволяє моделювати сценарії розвитку підприємства та здійснювати їх оцінку з вагомими обґрунтуваннями економічних наслідків вибору кожного з них.

Таким чином, актуальним завданням стає моделювання розвитку та прийняття рішення з вибору сценарію підвищення ефективності функціонування підприємства. Вирішення цього завдання полягає у розробці концепції моделювання впливу інтелектуального капіталу на розвиток підприємства.

Проблемою дослідження інтелектуального капіталу займалися широко відомі зарубіжні вчені такі як Г. Беккер, Є. Брукінг, Т. Б'юзен, Б. Вейсброта, Д. Даффі, Л. Едвінсон, Д. Клейн, Д. Снайдер, М. Мелоун, Г. Мінс, Д. Мінцер, Т. Шульц, Б. Хансен: російські вчені Шаховська Л.С., Леонтьєв Б.Б., Іноземцев В.Л., Ленська С.А. та вітчизняні вчені: Бирський В.В., Г. Задорожній.

Метою статті є критичний огляд сучасних поглядів на структуру, методи та моделі оцінювання інтелектуального капіталу підприємств.

Поняття «інтелектуального капіталу» сформувалось наприкінці 90-х рр. ХХ ст. у країнах Заходу як наслідок процесів інформатизації виробництва та інтелектуалізації продукції, де основним товаром стають знання та інформація. Визначення «інтелектуального капіталу» має досить загальний характер і звичайно трактується як сума всіх тих знань працівників підприємства, які забезпечують конкурентоспроможність його продукції. Основною функцією інтелектуального капіталу є отримання технологічних та організаційних переваг над конкурентами.

Інтелектуальний капітал підприємства формується на базі наявного обсягу знань, вмінь та навичок працівників, тобто людського капіталу. Людський капітал здебільшого трактується як наявні у кожній особи запаси знань, кваліфікації, навичок, накопичений виробничий досвід, особисті якості (здатності, різносторонній розвиток, активність, відповідальність, характер) та мотивацій. Інвестиціями у нього є освіта, нагромадження виробничого досвіду, охорона здоров'я, географічна мобільність, пошук інформації [2].

Теорія людського капіталу виникла у 1960 рр. пов'язана з іменами Г. Беккера [1], Т. Шульца, Я. Мінцера. Вони звернули увагу на роль, яку знання і вмінні працівників відіграють в процесі виробництва. Вперше термін «людський капітал» з'явився у роботах економіста Теодора Шульца, який цікавився складним становищем слаборозвинених країн. Т. Шульц заявив, що покращення стану життя бідних країн залежить не від землі, техніки чи їх зусиль, а скоріше від знань, тобто від людського капіталу. Т. Шульц одержав Нобелівську премію у 1979 р., запропонувавши наступне визначення: «Всі людські здібності є або вродженими, або набутими. Кожна людина народжується з індивідуальним комплексом генів, що визначають його вроджені здібності. Набуті людиною цінні якості, які можуть бути посилені відповідними вкладеннями, ми називаємо людським капіталом».

Сучасна неокласична теорія людського капіталу отримала розвиток у працях Б. Вейсброда, Хансена Б.Л. і багатьох інших економістів у 1950-1980-х рр. Більшість західних економістів під людським капіталом розуміють придбані знання, навички, мотивації та енергії, якими наділене працездатне населення і які можуть бути використані на протязі визначеного періоду часу з метою виробництва товарів та послуг. Окремі вчені розглядають людський капітал як сукупність здібностей, що дають можливість їх носію отримувати дохід. Здатність приносити прибуток ставить людський капітал на один рівень з іншими формами капіталу, що функціонують в суспільному виробництві [2]. Таким чином, він є формою капіталу, тому що є джерелом майбутніх доходів, а людський, тому що є складовою частиною людини.

Людський капітал часто порівнюють з фізичним, але вони відрізняється наступними властивостями: по-перше, людський капітал невід'ємний від індивіда (людської істоти): його не можна купити, придбати у власність, але можна на певних умовах взяти або надати в користування (оренду, наймання); по-друге, знання й навички іноді здобуваються й без додаткових інвестицій – наприклад, на практиці, шляхом навчання на робочому місці. Разом з тим людський капітал також піддається фізичному й моральному зношуванню, оскільки здатності (фізичні, розумові, психологічні) можуть згодом знижуватися, пізнання – бідніти й застарівати. Та головною відмінністю людського капіталу від фізичного є те, що людський капітал втілений у людині і не може продаватися, чи залишатися у спадок за заповітом, як грошові та матеріальні цінності. Він може використовуватися у родинному виробництві людського капіталу наступних поколінь.

Людський капітал є складовою інтелектуального капіталу. Поняття інтелектуального капіталу досліджували такі відомі вчені, як Д. Даффі, Т. Стюард, Л. Едвінсон, М. Мелоун, Д. Клейн, Е. Брукінг, Б. Леонт'єв, А. Козирев та ін. [4].

Причиною появи та розвитку інтелектуального капіталу стало те, що в умовах науково-технічної революції у 50-х рр., утворився дефіцит кваліфікованих кадрів, що сприяло процесу створення нової якісної робочої сили, тобто нагромадженню людського капіталу. Завдяки цьому, на заході підвищився інтерес до факторів економічного зростання і економічної динаміки. Зростання інтелектуального капіталу та ефективність його використання визначають перспективи розвитку окремого підприємства та економіки країни в цілому. Зараз інтелектуальний капітал набуває значення стратегічного фактора економічного розвитку [5].

Одними з перших дослідників у цьому напрямку були Л. Едвінсон та М. Мелоун, вони дотримувались досить широкого трактування інтелектуального капіталу, відносячи до нього фактично всі види капіталу, що не підлягають оцінкам, традиційним для ресурсів сучасних підприємств. Ці вчені виділили у межах інтелектуального капіталу людський капітал та структурний капітал, підкреслюючи, що кожна з цих форм капіталу породжена людськими знаннями, і саме їх сукупність визначає приховані джерела цінностей, які наділяють підприємство нетрадиційно високою ринковою оцінкою.

Дослідження сутності та структури поняття інтелектуального капіталу пов'язано з такими іменами: П. Салліван, Л. Прусак, К. Свейбі, Т. Форт'юн, Л. Едвінсон та інші. Так Т. Форт'юн під інтелектуальним капіталом розуміє суму всіх знань співробітників, що надають переваги даному підприємству на ринку. Л. Едвінсон і П. Салліван – знання, які можуть бути перетворені в вартість.

Д. Клейн і Л. Прусак визначають інтелектуальний капітал як «інтелектуальний матеріал, формалізований і зафіксований, що використовується для виробництва більш цінного майна». Д. Даффі це поняття визначив так: «Інтелектуальний капітал – це сукупні знання, якими володіє підприємство в особі своїх співробітників, а також у вигляді методологій, патентів і взаємозв'язків». У даному визначенні інтелектуальний капітал набуває вигляду «сукупних знань підприємства». М. Мелоун визначав інтелектуальний капітал підприємства як нематеріальні активи, які використовуються для посилення конкурентних переваг на ринку, та без яких підприємство не може існувати [2, 4].

Б. Леонт'єв підходить до визначення інтелектуального капіталу трохи ширше через розкриття його структури. Під інтелектуальним капіталом того чи іншого суб'єкта він розуміє сукупність наявних у

нього законних прав на результати його творчої діяльності, його природних і набутих інтелектуальних здібностей і навичок, а також нагромаджені ним бази знань і корисні відносини з іншими суб'єктами.

Б. Леонт'єв, Л. Едвінсон та М. Мелоун, проаналізувавши роботи інших науковців, пропонують наступне узагальнююче визначення інтелектуального капіталу – це система стійких інтелектуальних переваг підприємства (технологічних, організаційних тощо), забезпечених знаннями та досвідом її працівників. Про те, що останнє наведене визначення є загальноновизнаним, свідчать наукові праці.

За сучасних умов надзорської конкурентної боротьби інтелектуальний капітал дає змогу створювати цінності та забезпечує конкурентоспроможність як окремого підприємства, так і економіки в цілому. Він дає змогу заощаджувати техніку, кошти і товарно-матеріальні засоби, підвищує життєздатність учасників економічного процесу, сприяє зростанню прибутковості економічної діяльності. Тому, першочерговим завданням підприємництва є уміле управління та користування інтелектуальними фондами.

Головна функція інтелектуального капіталу – значно прискорювати приріст прибутку за рахунок формування та реалізації необхідних підприємству систем знань та відносин, які, в свою чергу, забезпечують високоефективну господарську діяльність підприємства. Зокрема, інтелектуальний капітал підприємства визначає якість його системи управління. Саме інтелектуальний капітал задає темп та характер оновлення технологій виробництва і його продукції, які потім стають головними конкурентними перевагами на ринку [5].

Як зазначалось вище, інтелектуальний капітал включає в себе людський капітал, оскільки, головним його носієм є спеціально підібраний та підготовлений персонал підприємства. Речових вимірників творчого потенціалу підприємства, величини його інтелектуального ресурсу за аналогією з іншими ресурсами, необхідними для виробництва (такими як основні та оборотні засоби, гроші, праця і т.і.) – не існує. Дуже складно знайти надійні способи виміру колективних знань працівників підприємства, їхнього досвіду та інтуїції, рівня засвоєної ними інформації та інтелектуальної власності. А саме все це в сукупності дозволяє підприємству створювати нову продукцію.

При дослідженні поняття інтелектуального капіталу багатьох вчених до його структури включають не лише людські ресурси, що визначають колективні знання та здібності співробітників підприємства, а й нематеріальні цінності, такі як імідж підприємства та споживачі його продукції (споживчий капітал). Також досить вагомим показником є рівень інформаційного та технічного оснащення підприємства (організаційний капітал). Отже, інтелектуальний капітал підприємства відображає ефективність використання людського, організаційного та споживчого капіталів.

Проаналізуємо структуру інтелектуального капіталу. До людського капіталу, як зазначалося вище, відносять сукупність знань, навичок, кваліфікації, творчих здібностей окремого співробітника підприємства, з його професійними якостями та здібностями, освітою, вихованням та культурою. За допомогою цих знань створюється інтелектуальна продукція та формуються нематеріальні активи підприємства. Важливою особливістю цієї частини інтелектуального капіталу є те, що його неможливо продати, здати в оренду, його можна лише ефективно чи неефективно використовувати для досягнення мети підприємства. Людський капітал є головним фактором формування інтелектуального капіталу підприємства.

Організаційний капітал визначає той потенціал творчої активності колективу співробітників підприємства, який забезпечує ефективне використання людського капіталу, що дозволяє одержати більше, ніж суму зусиль окремих осіб підприємства. До організаційного капіталу також відносяться програмні засоби ЕОМ, бази даних, організаційна структура, патенти, ліцензії, товарні знаки, а також всілякі організаційні механізми, що забезпечують продуктивність праці та функціонування підприємства. Іншими словами можна сказати, що організаційний капітал відображає ефективність інноваційної діяльності та характеризує рівень віддачі на вкладений інвестиційний капітал. Здійснюючи контроль за науково-технічним розвитком та формуючи ефективну інвестиційно – інноваційну діяльність, підприємство одержує можливість оновлення технологічних укладів та відповідної зміни організаційного капіталу.

Споживчий капітал – це система довгострокових довірчих та взаємовигідних відносин підприємства зі своїми клієнтами, постачальниками та споживачами, майбутня продукція підприємства та спроможність останнього задовольнити потреби споживачів. До складу споживчого капіталу відносять: імідж підприємства, фірмові найменування, наявність постійних покупців, ділову репутацію підприємства тощо. Він характеризується такими показниками, як: частка ринку; темпи приросту частки ринку; ступінь довіри споживачів; сталість споживачів тощо. Отже, ця складова інтелектуального капіталу є частиною інтелектуального інструментарію, що забезпечує більш ефективну реалізацію інноваційної продукції підприємства.

Таким чином, важливість та значущість кожної з трьох складових інтелектуального капіталу очевидна, а їх взаємодія сприяє створенню та збільшенню інтелектуального капіталу підприємства.

На вітчизняних підприємствах є значні резерви для зростання інтелектуального капіталу. У країні нагромаджений людський капітал, що характеризується високим рівнем освіти населення і значною частиною співробітників, зайнятих наукою. Та дві інші частини – організаційний та споживчий капітал – недостатньо розвинені. При успішному розвитку цих двох складових можна отримати зростання інтелектуального капіталу як на окремому підприємстві, так і у країні в цілому.

Виникає проблема кількісної оцінки інтелектуального капіталу на підприємстві. На даний час, здебільшого, інтелектуальний капітал підприємства оцінюється як нематеріальні активи в відповідності до розділу «Облік нематеріальних активів», положень бухгалтерського обліку і правових документів з питань охорони прав інтелектуальної власності. Оцінка об'єктів інтелектуальної власності проходить при внесенні її до статутного капіталу і включенні до нематеріальних активів, для відображення на балансі підприємства. Такий підхід визначає вартісну оцінку об'єктів інтелектуальної власності як оцінку витрат на їх створення з урахуванням морального старіння і зміною індексу цін від моменту створення об'єктів інтелектуальної власності до моменту оцінки їх вартості.

Однак, вважається, що існуючий підхід до оцінки інтелектуального капіталу як нематеріальних активів і ділової репутації підприємства з використанням бухгалтерських звітів не відображають реалій сучасної економіки. Оскільки деякі елементи інтелектуального капіталу (патенти, ліцензії та інше) враховуються в бухгалтерських документах лише в співвідношенні з витратами на їх реєстрацію, не відображаючи їхньої реальної вартості. Також деякі елементи сукупного капіталу підприємства взагалі не знаходять відображення в бухгалтерському балансі, у тому числі такі складові, як зв'язки з споживачами, кваліфікація персоналу, бази знань. Взагалі, деякі елементи інтелектуального капіталу не адитивні, тому для них неможливе застосування стандартних методів бухгалтерського обліку.

Тому, вартість інтелектуального капіталу пропонується оцінювати за аналогією з оцінкою знань співробітників підприємства, використовуючи інтегральний показник інтелектуального капіталу.

Інтегральний показник інтелектуального капіталу підприємства є найбільш поширеним показником, який наводиться у працях багатьох авторів, та розраховується як різниця між загальною сукупною вартістю акцій за ринковою та балансовою ціною:

$$IC = P_M N - P_B N = (P_M - P_B) N, \quad (1)$$

де  $IC$  – обсяг інтелектуального капіталу підприємства у грошовому вимірнику;

$P_M$  – ринкова вартість однієї акції;

$P_B$  – балансова вартість однієї акції;

$N$  – кількість акцій підприємства.

Та у даному методі вимірювання інтелектуального капіталу можна виділити наступні недоліки: інтегральний показник інтелектуального капіталу може неадекватно реагувати на вплив деяких зовнішніх неринкових факторів (адміністративних, політичних, судових), що зменшує значення показника  $IC$ ; інтегральний показник може значно змінюватись під впливом деяких внутрішніх неринкових факторів, виступати об'єктами маніпулювання (наприклад, банкрутство та ліквідація інтелектуальної компанії не означає відсутність інтелектуальних ресурсів у неї).

Також, для інтегральної вартісної оцінки величини інтелектуального капіталу на багатьох підприємствах використовують показник, який запропонований Нобелівським лауреатом в області економіки Д. Тобіном. Коефіцієнт Тобіна розраховується як відношення ринкової вартості об'єкта до вартості його заміни (будівлі, обладнання, запаси):

$$K_T = \frac{V_R}{V_Z}, \quad (2)$$

де  $K_T$  – коефіцієнт Тобіна в умовному відносному вимірнику;

$V_R$  – ринкова вартість об'єкта (підприємства);

$V_Z$  – вартість заміни об'єкта.

Значення показника  $K_T > 1$ , свідчить про здатність підприємства одержувати більш високий прибуток в основному виді діяльності, ніж його конкурентів. Ці підприємства характеризуються більш високим рівнем конкурентоспроможності, використанням сучасних методів, техніки та технологій менеджменту. Якщо показник  $K_T < 1$ , то підприємство має від'ємний інтелектуальний капітал. Це свідчить про те, що рівень менеджменту, організаційна структура підприємства, зв'язки з споживачами знаходяться на недостатньо високому рівні, вони такі, що не нагромаджують, а зменшують інтелектуальний капітал підприємства. Перевагою коефіцієнта Тобіна над інтегральним показником є наступне: по-перше – ринкова вартість об'єкта менш схильна до змін під впливом неринкових факторів,

ніж ринкова ціна акцій підприємства; по-друге – методика обчислення коефіцієнта Тобіна може застосовуватись до всіх форм організації підприємств.

Похідним показником від наведеного є:

$$IC = V_R - V_Z \quad (3)$$

При використанні показника ринкової вартості об'єкта та вартості його заміни, маємо можливість оцінити абсолютне та відносне значення величини інтелектуального капіталу як для підприємства в цілому, так і для будь-якого його підрозділу.

Якщо, ціна підприємства істотно перевищує ціну його матеріальних активів, то це свідчить про те, що гідно оцінені його нематеріальні активи – талант персоналу, ефективність управлінських систем та інше. Недоліком використання розглянутих показників є неможливість оцінити кількісний або якісний вплив факторів, їх ефективність, які безпосередньо впливають на величину інтелектуального капіталу підприємства.

Також, для вартісної оцінки інтелектуального капіталу використовують метод вартості капіталу, який розроблений прибічниками теорії вартості капіталу. Згідно з цим методом, обсяг інтелектуального капіталу підприємства розраховується наступним чином:

$$IC = \frac{OB\Phi (R - R_r)(1 - d)}{C}, \quad (4)$$

де  $OB\Phi$  – вартість основних виробничих фондів підприємства;  
 $R$  – загальна рентабельність основної діяльності підприємства;  
 $R_r$  – середня рентабельність від аналогічних видів діяльності в галузі;  
 $d$  – ставка податку на прибуток;  
 $C$  – вартість інтелектуального капіталу підприємства.

Недоліком даного методу, який суттєво впливає на величину показника  $IC$ , є припущення, згідно з яким вартість інтелектуального капіталу підприємства дорівнює середньозваженій вартості всього використаного нею капіталу. Необґрунтованість такого припущення призводить до того, що автори пропонують визначати величину вартості інтелектуального капіталу апріорно.

Визначити вартісну оцінку інтелектуального капіталу можна як різницю між ринковою вартістю всіх акцій підприємства та вартістю матеріальних активів підприємства:

$$IC = V_R - V_M, \quad (5)$$

де  $V_R$  – ринкова вартість всіх акцій підприємства;  
 $V_M$  – вартість матеріальних активів підприємства.

Дана формула має два значних недоліки: по–перше, до вартості інтелектуального капіталу включається вартість тієї частини нематеріальних активів, яка складає майнові права придбаних підприємством при його створенні та в процесі зростання матеріальних активів; по–друге, практично повне отождоження інтелектуального капіталу з нематеріальними активами підприємства, оскільки не проводиться диференційної оцінки кадрового капіталу та маркетингових активів.

Тому, для отримання об'єктивної оцінки інтелектуального капіталу підприємства вченими вводиться поняття інтелектуального потенціалу підприємства (ІПП):

$$I_{ПП} = K_k * (V_{uc} + V_{ma}), \quad (6)$$

де  $K_k$  – коефіцієнт якості кадрового потенціалу;  
 $V_{uc}$  – ринкова вартість інтелектуальної власності підприємства;  
 $V_{ma}$  – ринкова вартість маркетингових активів підприємства.

Коефіцієнт якості кадрового потенціалу визначається наступним чином:

$$K_k = \frac{V_{op} - (V_m + V_H)}{V_{uc} + V_{ma}}, \quad (7)$$

де  $V_H$  – ринкова вартість тієї частини нематеріальних активів, яку складають майнові права.

Коефіцієнт якості людських активів може приймати значення більше або менше одиниці. Якщо  $K_k > 1$ , то це свідчить, що кадровий потенціал підприємства потрібно підвищувати. Таким чином, формула (7) являє собою ринкову оцінку інтелектуального потенціалу, так як з ринкової вартості усього майна підприємства вираховується вартість усієї власності, крім нематеріальних активів. [4,5]

Проведений аналіз переваг та недоліків методів оцінки інтелектуального капіталу дозволяє зробити наступні висновки: розглянуті методи вимірювання використовуються на рівні окремих підприємств, але вони неповною мірою відображають вплив зовнішніх та внутрішніх факторів; для оцінки інтелектуального капіталу використовуються методи інтегрального показника та вартісної оцінки інтелектуального капіталу.

Наведені методи оцінки інтелектуального капіталу не відповідають завданням дійсного дослідження, оскільки, по-перше спостерігається відсутність чіткого розподілу за показниками структури інтелектуального капіталу (людського, організаційного, споживчого); по-друге – неможливо виявити зміни та їх напрямки в структурі інтелектуального капіталу. Тому завданням подальшого дослідження повинно стати: визначення методу вимірювання інтелектуального капіталу на основі структури його складових: людського, організаційного та споживчого капіталів; визначення напрямків змін в структурі інтелектуального капіталу на основі розробки сценаріїв підвищення ефективності управління інтелектуальним капіталом.

Література

1. Беккер Г. Человеческий капитал. Воздействие на заработки инвестиций в человеческий капитал / Г. Беккер // США: экономика, политика, идеология. – М.: Наука, 1993. – № 11-12. – С. 140-158.
2. Бендиков М. А. Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения [Электронный ресурс] / М. А. 3. Бендиков, Е. В. Джамай // Менеджмент в России и за рубежом. №4. – 2001. – Режим доступа: [http://www.smartcat.ru/p\\_plant/index.shtml](http://www.smartcat.ru/p_plant/index.shtml).
3. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Э. Брукинг / [пер. с англ. под ред. Л.Н. Ковалик]. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
4. Гапоненко А.Л. Интеллектуальный капитал [Электронный ресурс] / А.Л. Гапоненко. – Режим доступа: <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/25.php>.
5. Лось В.О. Концепція впливу інтелектуального капіталу на інноваційний розвиток підприємства / В.О. Лось // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2008. – №2. – С. 125 – 130.

*Рецензент доктор екон. наук, професор А.Г. Мендрул*

334.724.009.12

*Подсмашина І.М., здобувач,  
ТНУ ім. В.І. Вернадського, м. Сімферополь*

**ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА  
ТА ЙОГО ОЦІНКА**

Зростання наукового інтересу до проблеми оцінки конкурентного потенціалу підприємств змушує звернутися до аналізу накопиченого методологічного й методичного матеріалів та практичного досвіду. Визначення поняття потенціалу має не тільки важливе наукове, але й практичне значення, оскільки саме його зміст дозволяє визначити підхід до засад його формування, оцінки і управління ним. Наприкінці 1970 рр. початку 1980 рр. вийшов ряд публікацій, що містять різні аспекти поняття «потенціал», у більшості з яких відзначалось про важливість вивчення проблем його оцінки й вказувалось на існування значних розходжень у визначенні поняття потенціалу, його сутності, змісту й співвідношення з іншими категоріями [1]. Однак по теперішній час серед науковців домінує однобічний підхід до економічного трактування сутності потенціалу – або як до сукупності ресурсів, або як до здатності господарської системи випускати продукції (послуги), або як до можливості виробничих сил досягти певного ефекту.

Під потенціалом підприємства Федорін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. пропонують розглядати «інтегральне відображення (оцінку) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такій спосіб корпоративні та суспільні інтереси» [2, с. 11]. В своїй роботі вони не розглядають категорію «конкурентний потенціал», зосереджуючись на категорії «конкурентоспроможність потенціалу» і оцінці конкурентоспроможності потенціалу підприємства [2, с. 53 - 78], що частково дозволяє вирішити поставлені питання, однак потребує додаткових пошуків в даному напрямку.

Мета статті полягає у розробці рекомендацій що до формування та оцінки конкурентного потенціалу рекреаційних підприємств.

Конкурентний потенціал підприємства, може бути визначений як частина загального потенціалу, що забезпечує досягнення конкурентних переваг підприємства в умовах внутрішніх трансформацій і впливу зовнішніх сил, та підвищення рівня його конкурентоспроможності. Необхідно зазначити, що саме певні конкурентні переваги, їх накопичення та реалізація дозволяють підприємству формувати та реалізовувати конкурентний потенціал. Без їх наявності річ йде не про реалізацію конкурентного потенціалу, а про його створення шляхом накопичення конкурентних переваг.