

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.
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.

Фатхутдінов Р.А. під конкурентною перевагою розуміє певну ексклюзивну цінність, властиву системі, що надає їй переваги над суперниками [3, с. 147]. Таким чином, доцільно розглянути умови, які сприяють формуванню конкурентного потенціалу підприємства, на сам перед рекреаційного.

Зменшення можливостей отримання легального прибутку у більшості секторів індустрії послуг загострюють протистояння за ринки збуту. На відмінність від товарного ринку, посилення конкуренції у сфері послуг є результатом діяльності як традиційних, притаманних товарному ринку, так і специфічних факторів, які класифіковано російським вченим Челенковим А.П. і відображено на рис. 1 [4].

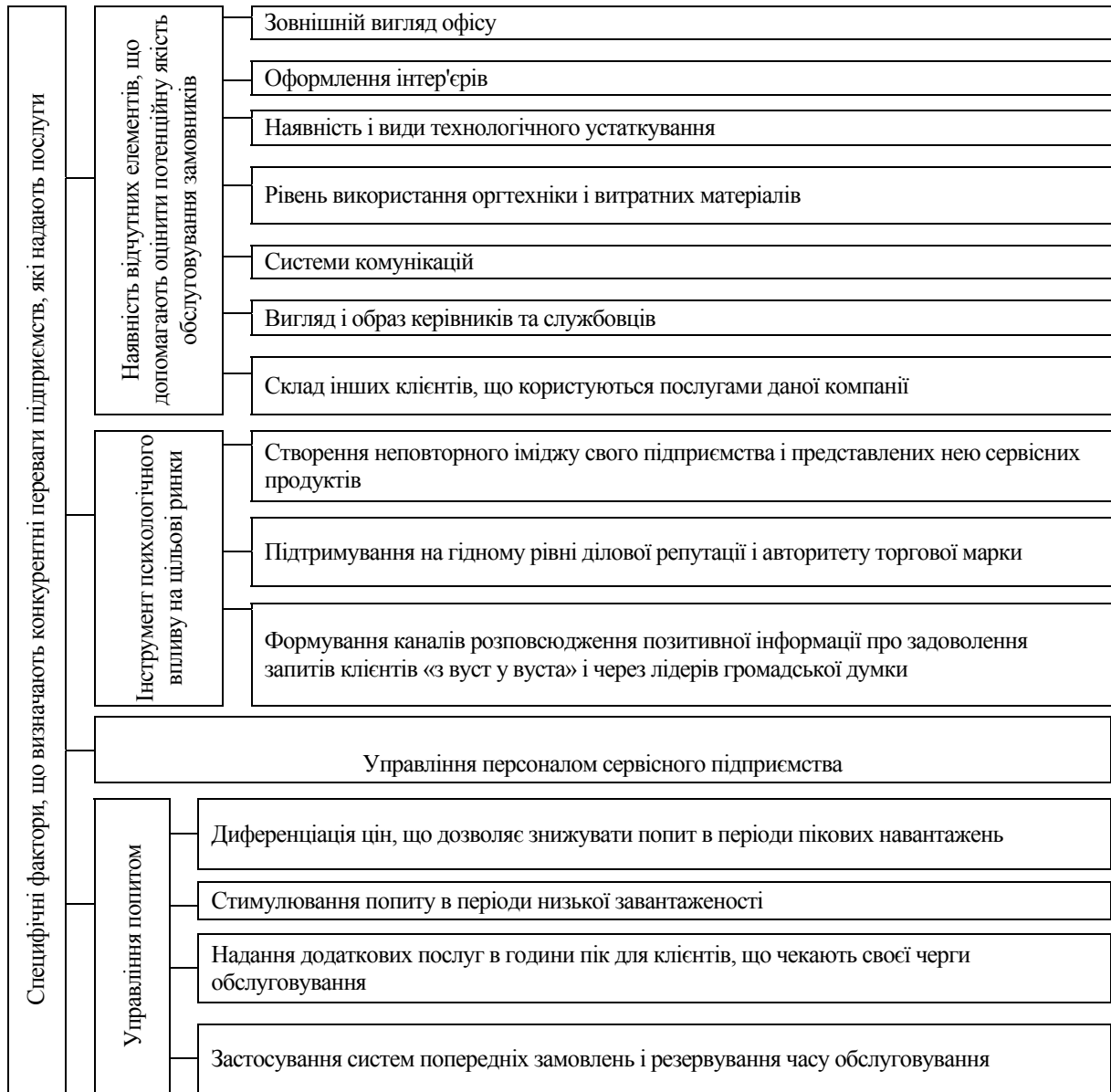


Рис. 1. Специфічні фактори, що визначають конкурентні переваги підприємств, які надають послуги

В залежності від напрямку діяльності підприємства і пропонованих ним набору послуг значущість того, чи іншого фактора на формування конкурентного потенціалу коливатиметься в діапазоні від «досить не значний» до «дуже вагомий». При цьому шкалу оцінки доцільно розробляти згідно з цілями і завданнями конкретного дослідження, долучаючи до цього процесу експертів та користувачів послуг. Погоджуючись в цілому з автором стосовно змісту розглянутих факторів, пропонуємо доповнити класифікацію, зокрема виділити в окремий блок фактори, які відповідають за рівень задоволення споживчою цінністю придбаних послуг (попередній досвід споживання). В цьому блоці, на наш погляд, доцільно розглядати наступні складові: рівень якості послуг і їх відповідність цінам закладу (підприємства); кількість реклаमाцій; умови і засоби задоволення клієнта, який подав скаргу; період, який діє ефект отриманою послуги.

Обґрунтованість доповнення пропонуємих Челенковим А.П. факторів можна пояснити тим, що життєвий цикл як продукції, так і послуги включає не лише етап розробки, а також, серед інших, етап споживання та утилізації (для продукції), а цінність для споживача визначається, на самперед, на останніх етапах життєвого циклу, коли він може порівняти попередній досвід споживання з теперішнім, оцінити отримані переваги та недоліки, перевірити стійкість отриманих результатів.

Погоджуючись з авторами [5], які трактують конкурентний потенціал як оцінку діяльності підприємства з погляду наявності внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг, що дозволяють підприємству забезпечувати створення конкурентоспроможних товарів (послуг), як у цей час, так і у довгостроковому періоді, зауважимо наступне.

Конкурентний потенціал підприємства являє собою взаємозв'язок чотирьох сторін діяльності підприємства: маркетингу, фінансів, внутрішніх процесів, розвитку. Для оцінки конкурентного потенціалу підприємства виявлено і згруповано показники, що мають причинно-наслідкові зв'язки між собою і всебічно охоплюють діяльність підприємства незалежно від розміру та напрямку діяльності.

Оцінку конкурентного потенціалу підприємства нами пропонується проводити у формі комплексного, поетапного дослідження. При комплексній формі оцінки потенціалу досліджуються всі його складові, які інтегруються в єдиний показник. Як основний метод інтегрування показників застосовується експертний або рейтинговий.

При поетапній оцінці акцент робиться на головні критерії, що визначають здатність підприємства досягати поставлені на кожному з етапів завдання. Інформаційне забезпечення розрахунків ґрунтується на діючій державній статистичній і бухгалтерській звітності, а також даних спеціально проведених обстежень.

На першому етапі доцільно виділяти шість основних критеріїв, кожний з яких впливає на конкурентний потенціал: організаційно-управлінський потенціал; фінансово - економічний потенціал; науково-технічний і інноваційний потенціал; виробничий потенціал; ринково - збутовий потенціал; соціальний потенціал.

Головна проблема в розрахунках зводиться до деталізації критеріїв, що забезпечують комплексну оцінку конкурентного потенціалу підприємства.

Організаційний потенціал пропонується розглядати з погляду ефективності організаційно-правової форми, організаційної структури, структури керування, інфраструктури підприємства, рівня спеціалізації а також вивчення його коопераційних зв'язків з іншими підприємствами.

Для оцінки фінансово - економічного потенціалу підприємства в практиці роботи підприємств продовжують застосовувати лише стандартні методики фінансового аналізу, що базуються на розрахунках і аналізі: доходів від реалізації, позареалізаційних доходів, витрат виробництва (собівартості продукції), розподілу прибутку, рентабельності, рівня беззбитковості, кредиторської і дебіторської заборгованості, стану власних оборотних коштів (наявність, приріст, надлишок або недолік), структури капіталу, емісійного доходу, обсягу фінансово - експлуатаційних потреб [6].

Науково-технічний потенціал повною мірою може бути оцінено з урахуванням наступних позицій [7]:

1) аналіз реальних науково-технологічних ресурсів підприємства. До формальних критеріїв оцінки даних можливостей можна віднести і рівень фінансово-економічного стану підприємства, від якого в прямої залежності перебуває кількість впроваджуваних технологічних процесів і номенклатура інноваційної продукції (послуг) [8]. Наявні технології аналізуються з погляду їхньої відповідності сучасним технологічним укладам;

2) аналіз схованих технологічних ресурсів. Для такої оцінки доцільно використати SWOT-аналіз;

3) аналіз дифузії сил, вектор дії яких спрямований на збільшення реальних і схованих науково-технологічних ресурсів. Величина науково-технологічних ресурсів залежить від інтенсивності розвитку процесів створення, виробництва й впровадження інновацій, безперервної модернізації виробництва й сфери послуг на базі сучасних високих технологій.

Інноваційний потенціал пропонується оцінювати за допомогою наступних показників: кількість впроваджених винаходів, раціоналізаторських пропозицій; число освоєних нових технологій, нових видів продукції (послуг); обсяг НІОКР; конкурентоспроможність продукції і послуг; патентна захищеність продукції (послуг) і застосовуваних технологій.

Деталізована оцінка виробничого потенціалу може бути проведена по наступних напрямках дослідження: оцінка стану виробничої складової, оцінка стану матеріальної складової, оцінка стану кадрової складової.

Ринково - збутовий потенціал компанії пропонується визначати виходячи з аналізу: обсягу реалізації продукції у вартісному відображенні і в асортименті; основних постачальників і контрагентів, споживачів, ринків збуту, максимальної і мінімальної меж цінового діапазону; конкурентної стратегії.

Соціальний потенціал характеризує вартість основних невиробничих фондів, види і обсяг соціальних виплат працівникам, витрати на соціально-культурні заходи, вартість об'єктів соціальної інфраструктури підприємства.

Для визначення інтегрального показника оцінки конкурентного потенціалу пропонується використати наступні етапи: визначаються ваги показників і критеріїв; встановлюються бальні оцінки по кожному показнику для підприємства; визначається інтегральний показник, що характеризує конкурентоспроможність підприємства.

Для визначення ваги критеріїв оцінки конкурентного потенціалу використаємо теорію конкурентних переваг підприємства, щодо якої до конкурентних переваг низького порядку можна віднести виробничий, фінансово-економічний і соціальний потенціал; до переваг високого порядку - організаційно-управлінський, ринково-збутовий, науково-технічний й інноваційний потенціал. Переваги низького порядку - це переваги з малою стійкістю, нездатні забезпечити переваги над конкурентами надовго. Тому вони оцінюються більш низько, ніж переваги високого порядку, що досягаються за рахунок випуску на ринок унікальної продукції (послуги), для знищення такої переваги конкурентам потрібні більші витрати і зусилля.

Узагальнюючою характеристикою конкурентного потенціалу підприємства може служити отриманий у результаті розрахунків інтегральний показник. Відставання локальних потенціалів друг від друга буде свідчити про наявність вузького місця, що буде об'єктом детального аналізу і пошуку шляхів вирішення проблеми.

Оцінка зовнішнього потенціалу (зовнішніх можливостей) базується на ситуаційному аналізі з використанням SWOT-аналізу. Він визначає місце підприємства у загальному економічному просторі, його сильні і слабкі сторони стосовно основних конкурентів досліджуваного підприємства, що дозволяє в підсумку визначити напрямки підвищення внутрішнього конкурентного потенціалу.

Достатність потенціалу свідчить про наявність у підприємства початкових можливостей для росту і розвитку. Результатом цього етапу є оцінка ефективності стратегії розвитку і коректування програми розвитку з урахуванням змін внутрішнього і зовнішнього конкурентного середовища. Приймаючи все це до уваги, варто визнати самими надійними стратегіями забезпечення конкурентоспроможності: унікальність і лідерство якості, а також спеціалізацію.

Використання при виявленні і оцінці вагомості конкурентних переваг підприємства запропонованого блоку факторів, які доповнюють існуючу класифікацію, дозволяє найбільш повно та ретельно розглянути можливості підприємства щодо формування та реалізації його конкурентного потенціалу. Узагальнююча оцінка конкурентного потенціалу підприємства дозволяє охопити всі основні процеси, що протікають у різних функціональних областях його внутрішнього середовища. У результаті забезпечується системний погляд на підприємство, що дозволяє виявити всі сильні й слабкі сторони, а також розробити в подальшому комплексну методику оцінки можливостей довгострокового перспективного розвитку підприємства.

Література

1. Фомин П.А. Особенности оценки производственного и финансового потенциала промышленных предприятий / П.А. Фомин, М.К. Старовойтов // Режим доступа: <http://www.cis2000.ru>.
2. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб./ О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк – К.: КНЕУ, 2004. – 316с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов.- М.: ИНФРА-М, 2000.- 312 с.
4. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирм / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. - М.: Новости, 2005.- 256 с.
5. Попова Е.В. Оценка конкурентоспособности организации / Е.В. Попова // Камская государственная инженерно-экономическая академия (КамПИ). Режим доступа: <sets.ru/base/16nomer/popova/.../stat1.htm>
6. Чернышева Г.Н. Диагностика потенциала предприятия / Г.Н. Чернышева, Е.В. Лавренова // Режим доступа: <immf.ru>.
7. Романова О.А. Научно-технологическое и институциональное развитие ОПК Урала / О.А. Романова, В.Г. Прудский, Р.И. Чененова, И.В. Макарова, А.В. Федоров [Препринт]. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2004. – 96 с.
8. Качак В.В. Проблемы формирования отраслевых приоритетов научно исследовательской деятельности в системе высшей школы / В.В. Качак // Инновации. - 2001. -№1-2 (38-39). – С.5-9.

Рецензент доктор экон. наук, доцент С.Ю. Цехла