

1. Конкурентноспособность є відносною категорією, тому що при її оцінці рівняються результати діяльності як мінімум двох підприємства-конкурентів. При цьому можуть використатися різні показники, що характеризують результати роботи, що в підсумку втілюється в інтегрованому показнику конкурентноспроможності господарюючого суб'єкта.

2. Поняття конкурентноспроможності підприємства тісно пов'язане з поняттям стійкості підприємства. Однак, на нашу думку, конкурентноспособность є більше широким поняттям, чим стійкість. Стійкість підприємства є обов'язковою, але недостатньою умовою його конкурентноспроможності, тому що забезпечує тільки підтримку раніше досягнутих конкурентних позицій на ринку, і не є основною умовою забезпечення конкурентних переваг.

3. Поняття конкурентноспроможності тісно пов'язане з поняттям ефективності. Однак проведення аналогії між цими поняттями, на наш погляд, є не правомірним, оскільки, хоча поняття конкурентноспроможності ґрунтується й на ефективності, але в той же час містить у собі більше складні взаємозв'язки окремих характеристик аналізованих об'єктів.

4. Поняття конкурентноспроможності слід розглядати в контексті стратегічного керування діяльністю підприємства. Стратегічне управління створює конкурентні переваги, які забезпечують успішне існування й розвиток підприємства в довгостроковій перспективі. Варто також розрізнити конкурентноспособность підприємства й конкурентні переваги підприємства. Так, маркетингове стратегічне управління виходить із того, що створення стійкої конкурентної переваги означає пропозицію більшої сприйманої споживачами й іншими зацікавленими групами цінності. Ці переваги можуть бути зв'язані як з характеристиками самого підприємства, так і його становищем на ринку. У цьому випадку стратегію можна визначити як комплекс рішень по досягненню довгострокових конкурентних переваг на цільових ринках.

У зв'язку з вищевикладеним, можна зробити висновок, що конкурентноспособность підприємства містить у собі значний комплекс економічних характеристик, які визначають стійкість підприємства, його здатність зберігати або збільшувати частку ринку.

Источники и литература

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Русский язык. – 1989. – 540с.
2. Градов А.П. Стратегия экономического управления предприятием: Учеб. пособие. – СПб: ГГУ.–1993. – 217с.
3. Гаврилюк С.П. Теоретические аспекты определения конкурентоспособности туристических предприятий // Маркетинг и реклама. – 2001. – №54. – С.34–37.
4. Лицьшин О.И., Мятолич С.В. Справочник экономиста-предпринимателя (термины рыночной экономики). – СПб: Спец. литература. – 1995. – 670с.
5. Даниелс Д.Д., Радеба Х.Х. Международный бизнес. Внешняя среда и деловые операции: Пер с англ.– М.: дело.–1994.–С.320;
6. Щедрина Т.И. Конкурентоспособность. Как ее достигнуть // Деловой вестник. – 1997. – №3. – С.18–20.
7. М.Портер Стратегия конкуренции. Методика анализа отраслей и деятельности конкурентов. – К.: «Основы», 1997. – 498с.
8. Иванов И.Б. Конкурентоспособность предприятия. Теоретико-методологический аспект//Сб.науч.трудов. – Кременчуг.–1995. – С.22– 24.

Плоткина А.Ф.

ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА УКРАИНЫ И КРЫМА

Мировая статистика свидетельствует, что современная индустрия курортов и туризма является одной из высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства. Большое значение для развития экономики Украины в целом, и Крыма в частности, имеет курортно-рекреационная отрасль, а в ней – строительство и реконструкция отелей. Перспективное развитие этой отрасли в уникальном по своему географическому положению и рекреационным возможностям Крыму определено самой природой. Однако, динамичному развитию гостиничного бизнеса в Украине и в Крыму в частности, мешает ряд серьезных проблем

Среди многих проблем развития гостиничного бизнеса в нашей стране, проблема инвестирования – одна из самых серьезных. Именно на рассмотрении этой проблемы я хочу остановиться в данной статье.

Следует заметить, что в своей работе я в основном опиралась на данные Министерства статистики Украины и АРК, статьи в газетах и данные, размещенные в Интернете, научную литературу.

Для исследования данной проблемы я обращалась к трудам В.М. Аньшина, В.С. Барда, Ю.А. Анискина, однако в них исследуются инвестиции в предприятия различных отраслей экономики, не гостиничного хозяйства. Анализу состояния современного мирового рекреационного и гостиничного хозяйства посвящены труды Дж. Р. Уокера, Ю.Ф. Волкова, Л.В. Шмаровой и многих других.

Однако в перечисленных источниках проблемы инвестиционного развития гостиничных предприятий либо получали косвенное освещение, либо не освещались вообще. Отдельные работы по развитию гостиничного хозяйства Украины и Крыма и инвестициям в гостиничный бизнес представлены в основном периодическими изданиями, которые имеют не столько научный, сколько популярный и рекламный характер. Комплексных исследований по заявленной мною теме я не нашла.

Недостаточная изученность процессов инвестирования гостиничных предприятий Украины и Крыма на фоне увеличивающегося спроса на гостиничные услуги, фрагментарное и неполное освещение этой проблемы в научных публикациях определили выбор темы исследования, ее цели и задачи.

Целью статьи является анализ состояния инвестиций в гостиничный бизнес Украины и Крыма.

Осуществление указанной цели потребовало решения следующих задач исследования:

- конкретизировать основные причины необходимости инвестиций в гостиничные предприятия Украины;
- охарактеризовать факторы инвестиционного климата в нашей стране и их влияние на инвестиции в гостиничный бизнес;
- сформулировать условия государственной и региональной поддержки инвестиционного развития гостиничного хозяйства;
- проанализировать особенности инвестирования в гостиничный бизнес;
- дать краткую характеристику имеющихся и потенциальных инвесторов в гостиничный бизнес Украины;
- рассмотреть ситуацию, сложившуюся на рынке инвестиций в гостиничный бизнес АРК за последние семь лет, охарактеризовать потенциальных инвесторов крымского гостиничного бизнеса.

Инвестиции – главный путь реализации экономической и финансовой стратегии предприятий гостиничного хозяйства, направленной на рост эффективности его деятельности, повышение конкурентоспособности и возрастание рыночной стоимости [1, с. 95].

Высокий уровень износа основных фондов предприятий гостиничного хозяйства Украины, сокращение доли нового оборудования в структуре активной части производственных фондов, недостаточное количество гостиниц «высокой» категории звездности, низкий уровень подавляющего числа гостиниц (лишь 10% украинских гостиниц соответствуют минимальному набору требований, выдвигаемых нормативами Европейского Союза) свидетельствуют о необходимости привлечения серьезных инвесторов, как внутренних, так и внешних, в сферу гостиничного хозяйства [2]. Совершенно очевидно, что проблемы повышения инвестиционной активности в гостиничном хозяйстве являются актуальными и своевременными, а приток инвестиций зависит в первую очередь от инвестиционного климата в стране.

Категория "инвестиционный климат" объединяет в себе социально-экономические характеристики страны-получателя с интересами вкладчиков капитала. Чем хуже инвестиционный климат в стране, тем более высоким является для инвестора предпринимательский риск, и, соответственно, вероятность поступления капиталов будет меньше [1, с. 96].

Инвесторов, которые изучают возможности перспектив прямого инвестирования, интересуют экономические, политические и юридические факторы.

К экономическим в Украине можно отнести с одной стороны, ненасыщенность местного рынка и возможность получения высокой прибыли, с другой – переходное состояние украинской экономики, отсутствие требуемой инфраструктуры, не до конца развитая банковская система, невысокая покупательная способность большинства украинского населения, высокий уровень коррупции властей разных уровней.

К политическим факторам относятся политическая нестабильность в Украине – перманентный политический кризис, увы, в очередной раз обострившийся в последние дни, мы наблюдаем с осени 2004 года. Это является серьезным препятствием для потенциальных инвесторов. Буквально в последние несколько дней, наблюдая за ситуацией в стране, некоторые из них отказались от своих планов размещения капиталов в нашей стране в этом году.

И, наконец, к основным юридическим факторам относятся частые изменения в законодательном поле, несовершенная налоговая система, невозможность приобретения земельных участков иностранными компаниями.

Систематизируя все вышесказанное, с сожалением можно констатировать, что Украина еще не создала политических, экономических и организационных условий для привлечения серьезных и эффективных средств в необходимых объемах и формах.

Это касается инвестиций в разные отрасли экономики, в частности, в строительство, однако инвестиции в гостиничный бизнес имеют и свои особенности. Остановимся на них подробнее.

Особенности инвестирования строительства гостиниц заключаются в том, что это заведомо более дорогой, затратный тип проектов. Если при строительстве торгового центра можно сдать объект без окончательной отделки всех площадей, то строительство гостиницы должно быть «под ключ». Правда, сейчас некоторые инвесторы гостиничных проектов пытаются внедрить строительство отелей, аналогичное возведению торговых площадей. Предполагается, что можно построить здание под гостиницу без отделки, а потом сдать его арендатору для последующего ремонта и управления. Однако, насколько мне известно, пока нет ни одного реализованного проекта по такой схеме, большинство операторы не хотят достраивать гостиницу, делать ремонт. Но сама идея неплохая, и если такие отели будут находиться в очень выгодном месте, то подобные проекты, я думаю, будут пользоваться большим спросом.

Вторая особенность инвестирования строительства гостиниц – это так называемые «длинные» деньги. Если жилье окупается уже на стадии фундамента либо через год после начала строительства, офисы и торговые предприятия – в течение 3–5 лет в зависимости от концепции, то гостиницы позволяют вернуть деньги в среднем через 5–8 лет.

Гостиницы существенно отличаются от других инвестиционных активов сектора коммерческой недвижимости постоянно изменяющимся уровнем загрузки и потоком доходов. Поэтому в ближайшие несколько

лет еще более обострится зависимость работы гостиницы от эффективности управляющей компании, в связи с этим должны будут появиться профессиональные управляющие компании, которых пока практически нет на украинском рынке. Управлять гостиницей гораздо сложнее, чем офисами или торговыми центрами. Инвестируя в гостиницу, предприниматель вкладывает деньги в бизнес, а не в саму недвижимость, в отличие от торгового центра, где можно получать доход только от сдачи площадей в аренду. Инвестор гостиничного здания должен выбрать один верный путь развития из 5–7 возможных, тогда как у офисного центра не больше 1–2 путей развития.

Тем не менее, интерес крупных отечественных бизнесменов, иностранных строительных компаний и международных гостиничных операторов к отельному бизнесу в Украине растет с каждым годом. Согласно известному правилу рынка, высокий риск требует высокого дохода. С этой точки зрения украинский гостиничный рынок довольно привлекателен для инвестора. Такая тенденция имеет простое объяснение: до недавнего времени в стране практически не существовало полноценных фешенебельных отелей, а спрос на них рос стремительными темпами. В связи с этим стоимость проживания в лучших отечественных отелях уже давно сравнялась с уровнем цен в лучших отелях мира [3].

Рассмотрим подробнее уже пришедших на рынок и потенциальных отечественных и зарубежных инвесторов.

В Украине нет пока инвестиционных компаний, для которых гостиничный бизнес был бы профильным. До недавних пор этот бизнес не привлекал предпринимателей, и гостиницы обычно строились либо по городскому заказу, либо компании получали их в качестве части уставного капитала. Поэтому большинство украинских инвесторов, которые сейчас осуществляют гостиничные проекты, это новички, профессионалов на этом рынке пока нет.

Инвесторами строительства гостиниц могут быть строительные компании, ранее работавшие на рынке жилья или другой коммерческой недвижимости, инвестиционные банки. На сегодняшний день наиболее рентабельным в Украине является строительство жилья, затем офисных центров, потом торговых предприятий и лишь после этого – гостиниц. При этом прибыльность гостиниц несильно отличается от офисных центров, и с точки зрения жизнеспособности гостиница выгоднее.

Также инвесторами бывают компании, которым ранее удалось приобрести несколько выгодных площадок под строительство. Более рентабельные объекты (то есть жилье, офисы и торговые предприятия) ими уже построены, теперь подошла очередь гостиниц.

Иногда гостиничный бизнес, особенно если говорить о дорогих отелях, может быть и демонстрацией собственного успеха компании. В этом случае инвесторами гостиниц могут быть компании нефтегазового или финансового сектора. И тогда гостиница становится неким дополнительным удобством для партнеров данных компаний, а не коммерческим объектом [4, с. 47].

Однако буквально в последнее время начинают происходить изменения. Так, крупный украинский бизнесмен Виктор Пинчук намерен инвестировать полученные от продажи «Укрсоцбанка» деньги в строительство сети высококлассных гостиниц. Наибольшие инвестиции планируются в строительство гостиничных комплексов в центральных городах Украины и курортных зонах. Собственник «СКМ» Ринат Ахметов также планирует серьезные вложения сделать в гостиничный и курортный бизнес [5].

Как уже было сказано выше, украинские инвесторы предпочитают вкладывать капиталы в строительство жилой недвижимости из-за быстрого срока окупаемости инвестиций. Поэтому предложение по коммерческой недвижимости, включая гостиничную, сейчас отстает от спроса. Оценив потенциал развития рынка недвижимости, зарубежные инвесторы готовы прийти сюда не только с деньгами, но и с собственными проектами. Между тем, в Украине существуют значительные препятствия для инвестиционной деятельности иностранных компаний в области гостиничного бизнеса.

Для улучшения инвестиционного климата в гостиничном бизнесе Украины, вместе с принятием серьезных мер по макроэкономической стабилизации, активизированием приватизационных процессов, в том числе с участием иностранных инвесторов, необходимо выделить гостиничный бизнес, как приоритетное направление развития. Такое направление должно включать комплекс мер, нацеленных на обеспечение вкладчикам капитала благоприятного режима деятельности, который дает возможность получать высокую в сравнении с средним мировым уровнем норм прибыли. Низкая рентабельность возврата инвестиций характерна лишь для стабильных рынков развитых стран. Так, о покупке недвижимости в Украине инвесторы готовы начинать думать, если рентабельность возврата инвестиций будет не менее 10–11%. Такой уровень учитывает все возможные риски для инвестора. И, конечно, законодательство должно отвечать мировым стандартам и быть стабильным.

Между тем, для иностранных компаний существует ряд способов выхода на гостиничный рынок Украины.

Строительство новой гостиницы – этот вариант наиболее подходит иностранным строительным компаниям, потому что они имеют возможность воплотить свой проект в полной мере и привлечь известного международного оператора к управлению гостиницей. Компания-застройщик обычно согласовывает проект гостиницы с ее будущим оператором, что обеспечивает полное соответствие здания гостиницы требованиям оператора. Однако этот вариант имеет ряд недостатков, в частности, возникает потребность в поиске и получении площадки под строительство, в юридическом обеспечении прав на земельный участок и в получении всех согласований и разрешений. Эти трудности часто останавливают иностранные строительные компании.

Приобретение существующей гостиницы – этот вариант также привлекателен для компаний-застройщиков, однако в меньшей мере. В этом случае неизбежно возникает вопрос реконструкции и пере-

оснащения здания гостиницы и внутренних помещений. Кроме того, возможен ряд сложностей с приобретением иностранной компанией или ее украинской дочерней компанией земельного участка под такой гостиницей в Украине, если компания–застройщик хочет приобрести землю в собственность.

Приобретение доли участия либо акций в гостинице – этот вариант также подходит для компаний–застройщиков или для долгосрочных инвесторов в недвижимость. Приобретение гостиницы международным оператором маловероятно, поскольку большинство таких компаний сегодня перешли на систему управления гостиницами без приобретения их в собственность [3].

Рассмотрим теперь более подробно инвестиционную деятельность отечественных и зарубежных компаний в гостиничном бизнесе Крыма.

В последние годы инвесторы все чаще обращают внимание на рекреационную недвижимость, для развития которой щедрая природа предоставила в Крыму наилучшие условия. Наиболее перспективно вложение денег в развлекательные комплексы и гостиницы на крымском побережье. За последние годы гостиницы Крыма претерпевают значительные изменения: наряду с новыми инвестиционными проектами произведена реконструкция части старых гостиниц, множится число мини–гостиниц, открываемых частными предпринимателями – неюридическими лицами. По данным Министерства статистики АРК, по числу номеров и единовременной вместимости АР Крым уступает только предприятиям г.Киева, занимая 11,6% в общем номерном фонде Украины (10,9% – в 2000 году). Структура изменяется в сторону увеличения высококлассных номеров, к сожалению, довольно медленно. Если в 2000 году удельный вес номеров люкс и полулюкс составлял 8,7%, то в 2006г. – 15,1%. Абсолютное количество номеров –люкс в 2000 году составляло 213, полулюкс–273, в 2006году– 550 и 325 соответственно. Приведенные данные говорят о катастрофической нехватке высококлассных номеров в гостиницах Крыма. Да и самих гостиниц высокого уровня почти нет.

На 1 января 2006 года в АРК официально сертифицированы предприятия гостиничного типа как высококлассные: одна гостиница – «четыре звезды», шесть гостиниц – «три звезды» и одна гостиница – «две звезды».

Ниже также приведены данные Министерства Статистики АРК. Следует отметить, что данные эти – неполные, так как не учитывают внутренних инвесторов и инвестиции, полученные неюридическими лицами. Однако общую тенденцию по этим данным проследить можно.

По сравнению с 2000 годом объем иностранных инвестиций в гостиницы АРК к январю 2007 года возрос более, чем в 13 раз (с 5658,38 тысяч долларов до 75569,37тысячи долларов), а их доля в общем объеме прямых иностранных инвестиций увеличилась с 4 до 13%, при том, что абсолютный объем инвестиций в экономику АРК за это же время возрос в 4 раза (более подробные сведения – в таблице 1) По состоянию на 01 января 2007 года в международном инвестиционном сотрудничестве принимали участие 27 предприятий гостиничного хозяйства Крыма и предприниматели из 10 стран мира [6].

Таблица 1. Прямые иностранные инвестиции в гостиницы по странам (на начало года, тыс.долл.США)

	1.01.01	1.01.02	1.01.03	1.01.04	1.01.05	1.01.06	1.01.07
Всего инвестиций	145983,98	162897,40	194796,20	234045,05	331179,90	459716,04	577400,07
Гостиницы	5658,38	6384,90	14277,08	44735,25	56444,65	74350,12	75569,37
Австрия	–	482,41	119,97	119,97	119,97	119,97	1411,37
Виргинские Острова, Британские	–	–	9000,00	10971,00	14000,00	20992,77	10647,21
Германия	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	–	–
Италия	1709,99	1709,99	1709,99	1709,99	1731,30	1731,30	1731,3
Кипр	884,70	884,70	–	–	3125,00	3960,61	3960,61
Латвия	–	–	–	11750,00	11750,00	11750,00	11750,0
Российская Федерация	1888,13	1987,18	1988,00	5333,03	10864,62	21262,31	20164,25
Соединенные Штаты Америки	854,90	999,96	1138,46	1142,96	1145,46	1145,46	12509,43
Турция	220,60	220,66	220,66	220,60	220,60	–	7,5
Швейцария	–	–	–	13387,70	13387,70	13387,70	13387,70

[6,7].

Основной объем иностранного капитала сосредоточен на предприятиях гостиничного комплекса г. Ялты – 52,2 млн. долл. США, г. Алушты – 9,6 млн. долл. США, Симферопольского района – 5,4 млн. долл. США, г. Евпатории – 5,4 млн. долл. США, г. Феодосии – 1,6 млн. долл. США. Это – сведения за 2006 год (более подробные сведения – в таблице 2)

По технологической структуре из общего объема инвестиций в основной капитал в 2006 году большая часть вложений направлена на строительные–монтажные работы – 78,0%, на приобретение машин и оборудования – 21,2%.

В финансировании строительства объектов гостиничного типа 99,5% всех средств принадлежат предприятиям частной формы собственности, на застройщиков государственной формы собственности приходится 0,4%, коммунальной – 0,1%, при этом доля последних сокращается [6].

Наиболее активно осваивались капитальные вложения в гостиничную сферу предприятиями городов Алушты, Судака, Ялты, Феодосии, где объемы инвестиций возросли от 2 до 14 раз.

Из общего объема инвестиций в основной капитал 87% освоено в городах Ялте и Алуште.

Вложение инвестиций в развитие гостиничного хозяйства способствовало завершению строительства в 2006 году 4 гостиниц, фактическая стоимость введенных объектов составила 34036 тысяч гривен [6].

Таблица 2. Прямые иностранные инвестиции в гостиницы по городам и районам

(на начало года, тыс.долл.США)

Гостиницы	1.01.01	1.01.02	1.01.03	1.01.04	1.01.05	1.01.06
г.Алушта	–	–	–	–	4407,21	9596,37
г.Евпатория	–	–	–	1303,52	3271,47	5353,92
г.Саки	–	–	138,50	143,00	145,50	145,50
г.Симферополь	79,01	79,01	–	–	21,31	21,31
г.Феодосия	–	–	–	238,56	736,20	1580,36
г.Судак	10,65	9,95	9,44	10,18	10,81	10,42
г.Ялта	5568,72	6295,94	14129,14	41275,12	44324,53	52233,54
Симферополь-ский район	–	–	–	1764,87	3527,62	5408,70
всего	5658,38	6384,90	14277,08	44735,25	56444,65	74350,12

[6].

Как видно из приведенных выше цифр, объемы инвестиций в гостиничный бизнес Крыма, хоть и выросли в несколько раз за последние семь лет, абсолютно недостаточны для развития достойной индустрии гостеприимства, способной вывести наш полуостров на соответствующий уровень. Речь должна идти не о семидесяти шести миллионах долларов, а о сумме хотя бы в двадцать – тридцать раз большей.

Попробую охарактеризовать потенциальных инвесторов отельного бизнеса в Крыму, которые уже заявили о своих намерениях. Остается только надеяться, что очередной политический кризис в нашей стране, разворачивающийся в настоящее время, будет достаточно быстро преодолен и не повлияет весьма существенно на инвестиционную деятельность. В противном случае, экономика страны будет подорвана.

Итак, свои интересы в Крыму имеют отечественные инвесторы. Как уже было сказано выше, наиболее значимые из них – Виктор Пинчук и Ринат Ахметов.

Большую заинтересованность проявляют и россияне.

Так, инвестиционная компания «Капиталь» собирается вложить сто миллионов долларов в строительство гостиниц в Крыму. Холдинг будет участвовать в строительстве гостиничного комплекса "пять звезд" между Алуштой и Ялтой. В Карасане «Капиталь» собирается построить комплекс на тысячу номеров, из которых 700 будут классом "три звезды", остальные – "четыре звезды" и "пять звезд". Компания принадлежит фонду "Стратегические инвестиции", владельцами которого считаются топ-менеджеры НК Лукойл Вагит Алекперов и Леонид Федун [8].

В конце февраля текущего года о начале строительства двух отелей и пятизвездочной гостиницы в Крыму общей стоимостью более тридцати миллионов долларов объявил Национальный резервный банк (НРБ) России [8].

Правительство Москвы готово инвестировать в развитие Восточного Крыма, в особенности, в Азовское побережье, три миллиарда долларов. что составляет 10 нынешних годовых бюджетов АПК. Это – очень выгодный для Крыма проект, так как он позволит поднять на высокий уровень полузаброшенное побережье с высоким курортным потенциалом, даст большое количество рабочих мест в край, где сегодня – массовая безработица. Из трех миллиардов долларов не менее 10 процентов пойдет на строительство гостиниц [9].

Что касается потенциальных крупных инвесторов из стран дальнего зарубежья, то серьезные планы имеет компания KOVA International Real Estate Consultants. Официальный портфель этой компании в Украине должен составить два с половиной миллиарда евро, которые будут инвестироваться в коммерческую недвижимость, в том числе в строительство гостиниц в Крыму, на Южном берегу и в Симферополе [10].

Анализируя все сказанное в данной статье, можно сделать вывод о том, что для того, чтобы создать современный, высокоэффективный, конкурентоспособный туристический и гостиничный комплекс, который может оказать стимулирующее воздействие на другие секторы экономики Украины и Крыма, необходим ряд серьезных мер. Кроме политической стабильности, продуманной нормативной базы, нужно добиться тесного взаимодействия Правительства и делового мира. Необходимо выделить гостиничный бизнес, как одно из приоритетных направлений развития экономики, с приданием ему определенных гарантий и льгот. Однако все это должно сочетаться с жесточайшими мерами против коррупционеров всех уровней, иначе предлагаемые усилия могут сойти практически на нет.

Бизнес должен обеспечить капитал и инициативу, правительство – инициативу, государственные гарантии, льготы, постоянное внимание к инфраструктурным проблемам, содействие международным проектам [11].

В Крыму же эти взаимные усилия должны привести к созданию неповторимого крымского имиджа, способствующего возрождению и развитию крымского курорта, завоеванию прочных позиций на мировом туристическом рынке.

Источники литературы:

1. Бланк И.А. Словарь-справочник финансового менеджера. – К.: Ника–Центр, 1998. – 480 с.
2. Сыроватка С. Звездная болезнь. //День/ –N37. – 2 марта 2004.
3. <http://www.agent.ua/> Статья Николай Стеценко «Открытие гостиницы международного класса»
4. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. – Ростов н/Д: Феникс, 2003.– 352с.
5. <http://delo.ua> – Газета "Дело" / Денисенко Анна от 23 марта 2007 года.
6. Государственный комитет статистики Украины, Главное управление статистики в АРК, экономический доклад «Оценка работы предприятий гостиничного хозяйства АРКрым», Симферополь, 2006 год.
7. Статистическая отчетность по АРК по форме № 1 – гостиница № 215 за январь 2007 г.
8. Газета «Коммерсант – Украина» № 37 от 06. 03. 2007 года
9. www.investor.net.ua – инвестор Украина от 28. 12. 2006 года
10. www.kansas.ua/ Денис Седлецкий «Движимые миллиарды» от 13. 10. 2006 года
11. Соколов Е. И. О необходимости создания Крымской компании развития и поддержки инвестиций// Ученые записки ТНУ. – Вып. № 12 (51). Туризм 1. – 2000 год. с.
12. ukrstat.gov.ua – сайт Министерства статистики Украины
13. Анискин Ю. П. Управление инвестициями: Учебное пособие, –М.: Омега Л, 2007. – 192 с.

Шкурупій О.В.**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ВИРОБНИЦТВО ТА КРУГООБІГ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ**

Вступ. Розвиток економіки, заснованої на знаннях, супроводжується структурними змінами у складі ресурсного забезпечення корпоративного сектору. Господарючі суб'єкти все в більшій мірі віддають пріоритет інтелектуальному капіталу, якому за ступенем значимості поступаються матеріальні та фінансові ресурси. Визначення відмінностей руху інтелектуального капіталу в ході обороту капіталу підприємства є однією з важливих проблем функціонування суб'єкта господарювання в умовах сучасних ринкових відносин. Наявність нематеріальних благ – перспективної та конкурентоспроможної ідеї, секретів ефективної технології виробництва продукції, гнучкої та мобільної системи управління – та постійне їх нагромадження в процесі відтворення, забезпечує систему стійких конкурентних переваг підприємства.

Сучасні дослідження, цього спрямування спираються насамперед на теорію людського капіталу (Г.Беккер) [1], а також на теорію інтелектуального капіталу (Дж.Гелбрейт, Т.Стюарт, Л.Едвінссон, Р.Уілліамс, Е.Бруккінг та ін.) [2; 3; 4; 5; 6].

Постановка завдання. Метою статті є виявлення закономірностей формування та специфіки функціонування знання як економічного ресурсу, що використовується господарюючим суб'єктом у формі інтелектуального капіталу. Завдання полягають у наступному: обґрунтувати структуру та взаємозв'язок елементів інтелектуального капіталу, визначити порядок їх формування та руху.

Результати. Інтелектуальне виробництво є процесом створення нематеріальних благ. Досліджуючи кругообіг інтелектуального капіталу, необхідно насамперед зазначити, що інтелектуальний капітал, який використовує підприємство, можна розглядати за змістом його складових частин – тобто як сукупність людського капіталу (активної складової) та інтелектуального продукту (пасивної складової), на який компанія має права власності. Інтелектуальний капітал підприємства може бути також представлений як капітал знань, явною частиною якого є інтелектуальні активи, на які поширюються права власності господарюючого суб'єкта.

Інтелектуальний капітал є складовою сукупного капіталу, що використовується у господарській діяльності підприємства. Отже, на нього може бути поширений підхід теоретичного аналізу з позицій кругообігу та обігу капіталу. Проте на відміну від послідовності змін стадій згідно загальному правилу руху капіталу: «обіг – виробництво» і знову «обіг – виробництво» і так далі, – у русі інтелектуального капіталу існують відмінності.

Розглядаючи людський капітал як складову інтелектуального капіталу підприємства, необхідно зазначити те, що цей капітал є втіленим в людину. Із зазначеної причини, згідно змісту концепції людського капіталу, зроблені інвестиції зумовлюють певний рівень доходів за використанням людиною своїх знань, умінь, здібностей у сфері виробничих відносин. За інших рівних умов, збільшення інвестицій в людину робить її працю більш продуктивною; при більшій продуктивності збільшується і винагорода за результатами праці; дохід, що зростає стає підставою для підвищення рівня споживання. Таким чином до двох стадій (обіг та виробництво) додається – стадія споживання. Наявність стадії споживання викликана необхідністю збереження та нагромадження людського капіталу.

Людський капітал невідокремлюваний від свого носія. Перш ніж людина стане суб'єктом виробничих відносин, вона має набути корисні знання та навички, що можуть бути використані для виробництва благ. Категорію людського капіталу може бути ідентифіковано як сукупність невідчужених від індивідуума властивостей, які визначають реалізовану можливість людини на підставі існуючих ознак робочої сили застосувати в процесі виробництва свою здатність до праці. З огляду на продуктивні властивості індивіда категорія «людський капітал» зазвичай кваліфікується як сукупність знань, вмінь, навичок та мотивацій, якими володіє кожна людина [7, с. 34].