

financial markets. Among the post-Soviet space scientists there is no single methodology for assessing the capitalization of the company, because they artificially differentiated typology of capitalization. However, regardless of the species capitalization systematize the conceptual basis of its assessment of methodological basis of acts which formed part of the accounting and financial approaches to its definition. The results of the critical analysis of scientific publications on the assessment of the capitalization of the company. They allow you to confidently talk about the lack of order in this matter. First of all, this situation stems from the ambiguity of the concept of capitalization of the company, and the choice of approach to the assessment is determined by the target orientation of the studies.

Keywords: capitalization, profits, assets, balance approach, the market value, capital accumulation, model, resources, income, strategy.

Стаття надійшла до редакції 09.11.2015

УДК. 330.1

Ізотов Кирил Олександрович⁶

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І ФОРМИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Анотація. Стаття звертає увагу на проблеми капіталізації на мікро- та макроекономічних рівнях. Представлено різні наукові підходи щодо сутності капіталізації підприємства. Результати дослідження розкривають економічну природу капіталізації на основі еволюційного підходу. Автором вбачається двоїстість капіталізації підприємства через статичу процесу, яка виражається економічними результатами діяльності, та динаміку, що полягає в процесі перетворення ресурсів на капітал. Проведене дослідження дало змогу описати у статті процеси внутрішньої та зовнішньої капіталізації.

Ключові слова: капітал, капіталізація, реальна капіталізація, ринкова капіталізація, маркетингова капіталізація.

Вступ. Ліквідація системи планового господарювання та становлення ринкових відносин в Україні слугувало запуском процесу інтеграції вітчизняного бізнесу в глобальну економічну систему. Така ситуація з одного боку надає суб'єктам господарювання додаткові можливості економічного зростання і розвитку, а з іншого ускладнює процес управління компанією і вимагає уніфікації звітності щодо нарощування активів і капіталу підприємства, що актуалізує проблеми капіталізації. Зміни форм власності за роки незалежності України породжує необхідність адекватної оцінки величини капіталізації вітчизняних підприємств. Високий рівень капіталізації стає критерієм оцінки ефективності роботи менеджменту, показником фінансової надійності та стійкості, наявності перспектив у майбутньому. Розвиток теорії і практики управління, адаптований

⁶ Кирил Олександрович Ізотов — магістр, аспірант кафедри економіки підприємств ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», izotovkir@gmail.com

до умов постіндустріальної економіки, в якій знання є одним із найважливіших стратегічних активів сучасного підприємства, змінює акценти в оцінках ефективності та результативності функціонування компанії на ринку. Зростання інтенсивності та зміна характеру конкурентної боротьби призводить до розповсюдження нових, відповідних сучасному етапу розвитку економіки, показників розвитку бізнесу. Все частіше науковці та спеціалісти вітчизняних і зарубіжних компаній у галузі економіки і фінансів звертають увагу на поняття «капіталізація», яке в практиці господарювання використовується як рейтинговий показник успішності підприємства, відповідно перед персоналом і топ-менеджментом усе частіше ставляться стратегічні завдання щодо її підвищення.

Постановка проблеми. Сучасний стан наукових досліджень явища капіталізації демонструє превалювання практичного інтересу над теоретичним, що проявляється у емпіричному характері більшої частини досліджень і залишає нез'ясованим широке коло теоретичних питань. Незважаючи на зростання зацікавленості вітчизняних і зарубіжних фахівців-економістів до проблем у галузі капіталізації на мікро-, мезо- та макроекономічному рівнях, результати науково-практичних робіт не демонструють чіткого розмежування понять відносно даної економічної категорії. Підходи до розуміння сутнісних аспектів капіталізації, представлені у дослідженнях останнього століття є досить типовими, що зумовлює необхідність дослідження витоків терміну.

Аналіз публікацій. Процеси капіталізації системно досліджуються у наукових працях вітчизняних учених І.П. Булеєва, Н.Е. Брюховецької, В. Буханца, М.А. Козоріз, Н.В. Шевчук і російських учених-економістів М. Дєдкової, Т.А. Малової, Л.П. Руделя, Н.С. Козирь.

Результати дослідження. Поняття «капіталізація» найчастіше в літературі використовується для визначення ринкової вартості компанії. Генезис досліджуваного поняття в сучасному розумінні складають також: теорії управління вартістю, капіталізації підприємств на основі нарощування капітальної вартості, неокласичні теорії економічного зростання.

У роботі вітчизняного вченого М.І. Матвієнко [1] зазначається, що перше уявлення про капіталізацію було сформовано Ж. Тюрго, а завдяки роботі французького економіста П.Ж. Прудона термін з'являється в літературі як економічна категорія. Методологічну основу економічної природи капіталізації було закладено класиками економічної теорії. У марксистській теорії розкриваються капіталістичний спосіб виробництва і відповідні йому відносини виробництва та обміну, процес обігу капіталу, форми капіталістичного процесу в цілому.

В економічній літературі найпоширенішою є думка, що в основі капіталізації лежать процеси капіталоутворення підприємства; сама ж капіталізація ж являє собою економічну категорію і є похідною від поняття «капітал» (від латинського *capitalis* — головний). У результаті аналізу наукових публікацій присвячених проблемам капіталізації встановлено, що даний термін тісно пов'язаний з такими поняттями, як «вартість», «ресурси», «оцінка». Російський вчений Д.Л. Рєвуцкий у своїх роботах робить спробу вирізнити між собою поняття вартості, ціни, оцінки та капіталізації, яку ототожнює з паперовою вартістю публічних акціонерних товариств [2, с. 29].

К. Маркс розглядав капітал як самозростаючу вартість, а капіталізацію як перетворення доданої вартості в капітал, тобто використання її у розширенні капіталістичного виробництва. Ознакою капіталу відповідно до марксистської теорії є те, що вартість у процесі свого руху постійно змінює власну форму. У праці «Капітал»[3] функція капіталу у грошовій формі зводиться до створення необхідних умов для процесу виробництва матеріальних благ. При перебуванні капіталу в продуктивній формі відбувається раціональне споживання придбаних факторів виробництва, створення товарів, які мають споживчу цінність і вартість, що включає в себе додану вартість і прибуток. Роль товарного капіталу полягає у реалізації вироблених товарів, а саме у вартості, яка міститься у них, та доданий цінності, яка продукується діяльністю підприємства, тобто перетворення товарного капіталу в грошовий. На цій стадії реалізована додана вартість перетворюється на прибуток, підприємницький дохід. Стосовно фінансового капіталу, на думку К. Маркса, капіталізація являє собою процес утворення фіктивного капіталу. В умовах капіталізму відбувається капіталізація будь-якого регулярного доходу (прибуток, дивіденди, земельна рента тощо) за середньою процентною ставкою; дохід від володіння цінними паперами розглядається як відсоток на певний капітал, який є відосбленим від реального капіталу, самі ж випущені цінні папери стають капіталом, що приносять відсотки. Процес накопичення фіктивного має власні закономірності й відбувається за рахунок зростання курсів акцій, що відрізняється від накопичення дійсного капіталу. Зростання маси фіктивного капіталу може мати негативні наслідки для процесу накопичення дійсного, адже фіктивний капітал являє собою капіталізований дохід.

Представники неокласичної економічної теорії, доповнюючи марксистів, розглядали капіталізацію як процес створення та накопичення вартості з ефектом дохідності, що рівна ставці відсотку, який визначається продуктивністю капіталу. А. Маршалл наголошував на залежності вартості від місця і часу, таким чином вартість, на відміну від марксистської теорії, починає носити ситуативний характер; у процесі виявлення вартості за результатами окремих угод, вона може змінюватися в бік збільшення або зменшення. Відповідно до цього можна стверджувати, що капіталізація являє процес постійної зміни вартості в результаті конкретних людських дій.

У кейнсіанській теорії капіталізація базується на накопичуванні капіталу на основі грошового обігу. У результаті завершення виробничого циклу частина створеного грошового доходу споживається, а інша частина спрямовується на підтримання та розвиток активів і таким чином накопичується [4].

Й. Шумпетер писав, що капітал може існувати не тільки у грошовій формі. Якщо підприємець виставляє вексель, за допомогою якого можна придбати засоби виробництва, а заборгованість по векселю погашається грошима, які є доходами від використання зазначених засобів виробництва, або зустрічними вимогами, то вексель також являє собою капітал. «Лише платіжні засоби, на наш погляд, є капіталом, але не просто «гроші», а всі засоби обігу. При цьому ми вважаємо капіталом не будь-які платіжні засоби, а лише ті, які виконують специфічну функцію капіталу» [5]. Розвиваючи дану тезу, слід відмітити, що до

капіталу відносяться не тільки гроші, а й фінансові інструменти, за допомогою яких підприємець може придбати засоби виробництва й інші необхідні для операційної діяльності споживчі блага. Проте Й. Шумпетер також уточнював, що «якщо платіжні засоби не слугують підприємцю для придбання виробничих благ шляхом їх вилучення з цією ціллю із попередніх галузей застосування, то вони не являють собою капітал» [5, с. 195]. Виходячи з цього, якщо гроші або інші фінансові інструменти використовуються для обслуговування звичайних товарних угод, виступаючи засобом обміну, то поняття капіталу до них застосовувати не можна. Операції з реалізації виробничих благ являють собою зміну форм капіталу, за допомогою яких можна вимірювати зростання або зменшення вартості.

У період адміністративно-командного способу управління економікою, коли протиставлялися капіталістичний і соціалістичний способи виробництва, а визначення капіталізації мало ідеологічне підґрунтя, академічні видання вбачали сутність даного терміну у впровадженні капіталізму у суспільстві, та наданні йому відповідних рис, деякі видання трактували поняття як атрибут капіталістичного способу виробництва.

У багатьох економічних виданнях пострадянського періоду до капіталізації як економічного явища уваги практично не приділялося. Розвиток досліджень присвячених проблемам капіталізації сприяло тому, що термін почав застосовуватися в нових економічних галузях, відповідно до цього у літературі можна побачити появу таких понять, як: «капіталізація витрат», «капіталізація регіону», «капіталізація галузі», «капіталізація країни», «ринкова капіталізація», «капіталізація бренду», «маркетингова капіталізація». У своєму дослідженні Е.В. Гальцева [6] виділяє три форми капіталізації в ринкових умовах: реальна, маркетингова і ринкова (або фіктивна). Зазначені форми капіталізації відображаються в балансі підприємства як приріст власних джерел фінансування, але мають різне походження і способи застосування.

Більшість сучасних досліджень розглядають капіталізацію у вартісному аспекті, а сам термін використовується з предикатом — «ринкова капіталізація». Як вартісний показник, ринкова капіталізація визначається як добуток ринкової вартості звичайної акції акціонерного товариства на кількість звичайних акцій даного товариства, які знаходяться в обігу [7]. Рівень капіталізації визначається для відкритих акціонерних товариств, акції яких пройшли лістинг і публічно котируються на вітчизняному або міжнародному фондових ринках [8, ис. 7]. Розглядаючи поняття у вищезазначеному аспекті, можна сказати, що капіталізація являє собою рейтингоутворювальний показник діяльності акціонерного товариства на фондовому ринку, який визначає надійність його фінансового стану, рівень корпоративного управління, конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість, забезпечує його вихід на міжнародний рівень фінансово-економічних відносин; з точки зору ефективного зростання та економічного розвитку підприємства, ринкова капіталізація включає ринкову, фінансову та біржову галузь кругообігу капіталу, зокрема фіктивного [7, с. 23].

У вітчизняному законодавстві визначення капіталізації надається у Законі України «Про оцінку земель» від 11.12.2003 № 1378-IV [9] як визначення вар-

тості об'єкта оцінки на підставі чистого операційного або рентного доходу від його використання; та у Постанові КМУ від 10.09.2003 № 1440 «Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав» [10] як визначення вартості об'єкта оцінки на підставі очікуваного доходу від його використання; капіталізація може здійснюватися із застосуванням ставки капіталізації (пряма капіталізація) або ставки дисконту (непряма капіталізація чи дисконтування).

У зв'язку з різноманітністю й еволюційним розвитком різних форм капіталу трактування поняття «капіталізація» є досить неоднозначними. Узагальнюючи множину підходів до сутності капіталізації можна зазначити наступні два аспекти даного поняття. У статичній капіталізація характеризує *результат* діяльності підприємства у певний момент часу, а в динаміці являє собою *процес* перетворення ресурсів у капітал і відповідно у новостворену вартість.

Двоїстість економічного змісту поняття «капіталізація» можна пояснити тим, що в процесі капіталізації активів підприємство набуває та змінює свій стан, який можна кількісно виміряти та оцінити різними способами. Розгляд капіталізації з позицій результатів діяльності підприємства у статичній не представляє теоретичного інтересу, тому доцільніше досліджувати процеси, які лежать в основі капіталізації того чи того активу з метою встановлення контролю і отримання можливості чинити управлінський вплив над ними. Така постановка формує наукову та практичну значимість досліджень в галузі капіталізації підприємства. У сучасній економічній літературі науковці вбачають розвиток теорії капіталізації як процесу перетворення ресурсів у капітал через симбіоз двох управлінських концепцій, а саме вартісної (VBM – Value Based Management) та ресурсної (RBV – Resource Based View). Н.В. Шевчук, досліджуючи управлінську природу капіталізації [11], виділяє процеси *внутрішньої капіталізації* підприємства, результатом протікання яких є створення фундаментальної вартості бізнесу, та *зовнішньої капіталізації*, результатом якої є зростання фундаментальної та ринкової вартості.

Процеси *внутрішньої капіталізації* проявляються у тому, що грошові, фінансові, матеріальні та нематеріальні ресурси в процесі господарської діяльності трансформуються у різні форми капіталу; зазначені ресурсні трансформації, які ініціюють потоки створення вартості, є наслідком протікання процесів капіталізації у формі реальної та нематеріальної капіталізації. *Реальна капіталізація* виражається у збільшенні реальної вартості майна компанії. В основі такої форми капіталізації лежить фінансово-господарська діяльність, яка виражається трансформаціями матеріальних ресурсів і грошового капіталу — реінвестування частини прибутку у збільшення капітальних активів, які є джерелом майбутніх доходів господарюючого суб'єкта. *Нематеріальна, або маркетингова капіталізація* відбувається за рахунок зростання вартості нематеріальних активів, їх переоцінювання. Найповніше розкриті аспекти зазначеної форми капіталізації в напрямку однієї з маркетингових стратегій — брендингу в роботах А.Т. Волкова [12], В.В. Зотова [13]. Сутність маркетингової капіталізації полягає в тому, що підприємство накопичуючи нематеріальні ресурси, проводячи маркетингові рекламні компанії, оцінюючи ділову репутацію, створюючи об'єкти інтелектуаль-

льної власності таким чином змінює власну вартість у сторону зростання, тобто відбувається так званий «відрив» від реальної вартості підприємства. В обліку це відображається збільшенням нематеріальної складової активу балансу: відображення в балансі ноу-хау, придбання прав на результати інтелектуальної діяльності, збільшення ринкової вартості торгівельної марки, відображення в активі вартісної оцінки ділової репутації (гудвілу). Балансування пасиву в обліку відбувається за рахунок зростання додаткового капіталу, віднесення на фінансові результати (зростання нерозподіленого прибутку), зростання статутного капіталу. Збільшення додаткового капіталу, нерозподіленого прибутку та статутного капіталу відповідно збільшують власний капітал підприємства. Таке збільшення власного капіталу підприємства відбувається за рахунок здійснення вартісних оцінок, часто на договірній основі, що ініціюється внутрішньофірмовим менеджментом, а самі оцінки в даному випадку часто відбуваються на договірній основі. Характер таких операцій є безумовно суб'єктивним, відповідно до цього, маркетингову, або нематеріальну капіталізацію в економічній літературі також називають *суб'єктивною капіталізацією* [6, 8, 14].

Зовнішня капіталізація найкраще прослідковується на фондовому ринку. В умовах ринку широкого розповсюдження набуває акціонерна форма власності та вільний обіг акцій, а ринкова вартість підприємства визначається через котирування акцій. У цьому аспекті до поняття «капіталізації» найближчим є процес формування фіктивного капіталу. В академічних виданнях найчастіше можна зустріти трактування фіктивного капіталу як такого, що представлений у цінних паперах і приносить дохід. За даних умов найприйнятнішим є розуміння капіталізації, за визначенням Р. Коха, як ринкової вартості компанії, акції якої котируються на фондовій біржі, і являє собою добуток ринкової ціни акції на загальну кількість акцій компанії [15]. Збільшення ринкової вартості акцій акціонерного товариства у даному випадку відображається в активі балансу у вигляді переоцінки фінансових вкладень. У даному випадку капіталізація ініціюється не менеджментом підприємства, а біржовими структурами, які здійснюють котирування акцій. Результати біржових торгів складаються під впливом множини об'єктивних і суб'єктивних факторів, проте вплив сукупності суб'єктивних факторів мінімізується через їх суспільне визнання.

Велика кількість вітчизняних і зарубіжних досліджень зазначають, що провідну роль у процесах капіталоутворення відіграють людські ресурси як джерело формування інтелектуального капіталу підприємства. Тому, усвідомлюючи вагомість капіталізації в економічному розвитку бізнесу, окрему увагу слід звернути на капіталізацію знанневих активів. У наукових працях О. Гребешкової [16], В. Верби [17], О. Вострякова [18] системно висвітлюється проблема забезпечення зростання вартості бізнесу на основі капіталізації знань. Компанії, які усвідомили цінність знань, здатні ефективніше використовувати свої традиційні активи, комбінувати їх особливим способом і забезпечувати більшу, порівняно з конкурентами, вигоду для споживачів [19]. Отже, капіталізація знань являє собою процес перетворення знань в інтелектуальний капітал, який при правильному використанні посилює ефективність діяльності підприємства. Механізм капіталізації у даному випадку полягає у розширеному відтворенні знань шля-

хом їх постійного продукування. Капіталізація знань відбувається у процесі перетворення доданої вартості продукту інтелектуальної діяльності в капітал з метою створення нових і вдосконалення наявних нематеріальних активів підприємства.

Авторська позиція стосовно сутності капіталізації полягає в тому, що дане явище проявляючись у різних галузях і різних рівнях економічної системи виступає з одного боку процесом, що характеризує ресурсні та вартісні перетворення, а з іншого боку об'єктивним результатом функціонування бізнесу.

Висновки. Багатоаспектність поняття «капіталізація» породжує множинність підходів до визначення її сутності. З одного боку капіталізація характеризує результати функціонування підприємства у формі вартісної оцінки — ринкової капіталізації, з іншого боку капіталізація відображає процес перетворення ресурсів у капітал. З точки зору вартісного аспекту, капіталізація описує потоки створення цінності, а також слугує механізмом формування вартості підприємства. Управлінська природа капіталізації розкривається через розгляд даного терміну з позицій внутрішньофірмової капіталізації, яка проявляється у формі реальної та нематеріальної капіталізації, а також зовнішньої, яка проявляється у формі ринкової капіталізації, яка є джерелом створення фіктивного капіталу підприємства. Окреме місце у теорії капіталізації посідає капіталізація знанневих активів. У процесі капіталізації знань відбувається збільшення інтелектуального капіталу підприємства, роль якого в економічній літературі визнано однією з ключових у процесі розвитку підприємства.

Література

1. Матвієнко М.І. Еволюція поглядів на сутність процесу капіталізації / М.І. Матвієнко // Економічна теорія та економічна історія : зб. наук. праць / Луцький національний технічний університет. — Луцьк, 2008. — Вип. 5 (20). — Ч. 2. — 339 с.
2. Ревуцкий Д.Л. Стоимость, оценка, капитализация и вероятная цена предприятия / Д.Л. Ревуцкий // Вопросы оценки. — 2004. — №3. — С. 26–32.
3. Маркс К. Капитал: в 3т. — М., 1988. Т.1. — С. 593.
4. Мельник Л.М. Конкретизація понять капіталізації підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. — 2009. — № 4. — Т. 3. С. 24–28.
5. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. — М., 2008. — 864 с.
6. Гальцева Е.В. Капитализация как фактор укрепления финансовой устойчивости предприятий сферы услуг / Е.В. Гальцева: Дис. — М., 2005. — 337 с.
7. Шевченко Н.В. Ринкова капіталізація акціонерних товариств: сутність, функції та проблеми управління // Економіка та держава. — 2011. — №9. — С. 22–24.
8. Козоріз М.А. Теоретичні засади дослідження капіталізації як економічної категорії / М.А. Козоріз // Капіталізація: проблеми розвитку і кількісного виміру, Матеріали круглого столу 21 грудня 2006 р. — Львів, 2007. — С. 6–11.
9. Закон України «Про оцінку земель» від 11.12.2003 № 1378-IV.
10. Постанова КМУ від 10.09.2003 № 1440 «Про затвердження Національного стандарту № 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав».
11. Шевчук Н.В. Економічна природа капіталізації підприємства // Актуальні проблеми економіки. — №9 (147). — 2003. — С. 20–26.

12. Волков А.Т. Стратегический бренд-менеджмент и капитализация организации / Монография. — М., 2006. — 198 с.
13. Зотов В.В. Ценность бренда: Монография. — М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2005. — 167 с.
14. Алексеев Д.А. Механизмы капитализации компаний / Д.А. Алексеев — Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2011. — 150 с.
15. Кох Р. Менеджмент и финансы от А до Я. — СПб.: Питер, 1999. — 496 с.
16. Гребешкова О.М. Капіталізація знань як стратегічного активу підприємства: методологічний аспект / О.М. Гребешкова, Н.В.Шевчук // Вчені записки. — 2012. — № 14. — Частина 1. — 298 с. — С. 106–114.
17. Верба В.А. Ціннісна пропозиція знаннєвих організацій: проблеми та способи утворення / В.А. Верба, О.М. Гребешкова // Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. — Суми: ТОВ «ТД «Папірус», 2010. — С. 541–553.
18. Востряков О.В. Концепція управління знаннями в стратегічному процесі сучасного підприємства / В.О. Востряков, О.М. Гребешкова // Стратегія озвитку України (економіка, соціологія, право): Наук. журнал. — Вип. 1–2 / Голов. ред. О.П. Степанов. — К.: НАУ, 2009. — С. 419–427.
19. Хотинская Г.И., Гальцева Е.В. Теория и практика капитализации в условиях рынка / Г.И. Хотинская, Е.В. Гальцева // Собственность и рынок. — 2005. — №9. — С. 2–5.

References

1. Matvienko, M.I. «Evoljucija Pogljadiv Na Sutnist' Procesu Kapitalizacii.» *Ekonomichna Teorija Ta Ekonomichna istorija* 5 (20), no. 2 (2008): 339.
2. Revuckij, D.L. «Stoimost', Ocenka, Kapitalizacija I Verojatnaja Cena Predprijatija.» *Voprosy Ocenki*, no. 3 (2004): 26–32.
3. Marks, K. *Kapital*. 3rd ed. Vol. 1. M., 1988. 593.
4. Mel'nik, L.M. «Konkretizacija Ponjat' Kapitalizacii Pidpriemstva.» *Visnik Hmel'nic'kogo Nacional'nogo Universitetu* 3, no. 4 (2009): 24–28.
5. Shumpeter, J.A. *Teorija Jekonomicheskogo Razvitija. Kapitalizm, Socializm I Demokratija*. M., 2008. 864.
6. Gal'ceva, E.V. *Kapitalizacija Kak Faktor Ukreplenija Finansovoj Ustojchivosti Predpriyatij Sfery Uslug*. M., 2005. 337.
7. Shevchenko, N.V. «Rinkova Kapitalizacija Akcionernih Tovaristv: Sutnist', Funkcii Ta Problemi Upravlinnja.» *Ekonomika Ta Derzhava*, no. 9 (2011): 22–24.
8. Kozoriz, M.A. «Teoretichni Zasadi Doslidzhennja Kapitalizacii Jak Ekonomichnoi Kategorii.» In *Kapitalizacija: Problemi Rozvitku i Kil'kisnogo Vimiru, Materiali Kruglogo Stolu 21 Grudnja 2006 R.*, 6–11. L'viv, 2007.
9. *Zakon Ukraïni «Pro Ocinku Zemel'» Vid 11.12.2003 № 1378-IV*. 2003.
10. *Postanova KMU Vid 10.09.2003 № 1440 «Pro Zatverdzhennja Nacional'nogo Standartu № 1 «Zagal'ni Zasadi Ocinki Majna i Majnovih Prav»*. 2003.
11. Shevchuk, N.V. «Ekonomichna Priroda Kapitalizacii Pidpriemstva.» *Aktual'ni Problemi Ekonomiki*, no. 9 (147) (2003): 20–26.
12. Volkov, A.T. *Strategicheskij Brend-menedzhment I Kapitalizacija Organizacii*. — M., 2006. 198.
13. Zotov, V.V. *Cennost' Brenda*. M.: Market DS Korporejshn, 2005. 167.

14. Alekseev, D.A. *Mehanizmy Kapitalizacii Kompanij*. — Irkutsk: Izd-vo BGUJeP, 2011. 150.
15. Koh, R. *Menedzhment I Finansy Ot A Do Ja*. — SPb.: Piter, 1999. — 496.
16. Grebeshkova, O.M., and N.V. Shevchuk. «Kapitalizacija Znan' Jak Strategichnogo Aktivu Pidpriemstva: Metodologichnij Aspekt.» *Vcheni Zapiski* 1, no. 14 (2012): 106–114.
17. Verba, V.A., and O.M. Grebeshkova. «Cinnisna Propozicija Znannevih Organizacij: Problemi Ta Sposobi Utvorennja.» In *Marketing. Menedzhment. Innovacii: Monografija / Za Red. D.e.n., Professora S.M. Iljashenka.*, 541–553. Sumi: TOV «TD «Papyrus», 2010.
18. Vostriakov, O.V., and O.M. Grebeshkova. «Konceptija Upravlinnja Znannjami v Strategichnomu Procesi Suchasnogo Pidpriemstva.» *Strategija Ozvitku Ukraïni (ekonomika, Sociologija, Pravo)* 1–2 (2009): 419–427.
19. Hotinskaja, G.I., and E.V. Gal'ceva. «Teorija I Praktika Kapitalizacii v Uslovijah Rynka.» *Sobstvennost' I Rynok*, no. 9 (2005): 2–5.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ФОРМЫ КАПИТАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

К.А. Изотов, магистр, аспирант
кафедры экономики предприятий
ГВУЗ «Киевский национальный
экономический университет
имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. Статья обращает внимание на проблемы капитализации на микро- и макроэкономических уровнях. Представлены различные научные подходы к сущности капитализации предприятия. Результаты исследования раскрывают экономическую природу капитализации на основе эволюционного подхода. Автор рассматривает двойственность капитализации предприятия через статику процесса, которая выражается экономическими результатами деятельности, и динамику, которая заключается в процессе преобразования ресурсов в капитал. Проведенное исследование позволило описать в статье процессы внутренней и внешней капитализации.

Ключевые слова: капитал, капитализация, реальная капитализация, рыночная капитализация, маркетинговая капитализация

THE ECONOMICAL ESSENCE AND FORMS OF MODERN BUSINESS' CAPITALIZATION

K. Izotov, graduate student SHEI «Kyiv
National Economic University named after
Vadym Hetman»

Abstract. This scientific article draws readers' attention to capitalization problems at the micro and macro levels. The article represents various scientific approaches to the essence of the phenomenon companies' capitalization. The survey results reveal the economic nature of capitalization based on an evolutionary approach; represented the views of scientists of Marxism era, neo-classical, Keynesians and contemporary specialists' vision

regarding the nature and forms of the studied term. The author considers that the duality of company's capitalization reveals through the process in static expressed in economic activities' results, and dynamics, which include a conversion of resources into a capital. The scientific study made possible to describe in this article internal capitalization processes that result in increasing the fundamental value of a company; and external capitalization, which results in increasing market and fundamental value. The author reveals the features of real and the marketing capitalization of a company, that are parts of intra-capitalization. The author also underlines the role of knowledge capitalization in economic development of a company.

Keywords: capital, capitalization, real capitalization, market capitalization, marketing capitalization.

Стаття надійшла до редакції 09.10.2015

УДК 339.33

Земляков Ігор Семенович
Пилипчук Володимир Петрович
Штуль Валентин Петрович^{7*}

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті розглянуто проблеми управління маркетинговою діяльністю торговельно-посередницьких підприємств, впровадження інструментарію бенчмаркінгу в процесі визначення найкращих практик серед них за комплексом маркетингу. Рекомендована модель удосконалення управління маркетингом оптових підприємств на основі вивчення практичного досвіду їх роботи. Розглянуто актуальні питання та взаємозв'язок стратегічного і поточного планування діяльності цих підприємств та контролю їх реалізації.

Ключові слова: торговельно-посередницькі підприємства, оптовий продаж, бенчмаркінг, стратегічне планування, поточне планування, продаж, контроль, ефективність продаж.

Вступ. Ефективне функціонування в ринкових умовах передбачає створення та впровадження кожним підприємством системи маркетингової діяльності. Впровадження маркетингу в діяльність підприємства дозволяє швидко адаптуватися до умов навколишнього середовища.

З метою забезпечення ефективного функціонування оптових підприємств необхідно реалізовувати весь маркетинговий комплекс. Для успішного впровадження та реалізації елементів комплексу маркетингу необхідно застосовувати

^{*} **Ігор Семенович Земляков** — кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та економіки підприємств ПВНЗ «Галицька академія»

Володимир Петрович Пилипчук — кандидат економічних наук, професор, заст. зав. кафедри маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Валентин Петрович Штуль — кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»