

УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

В статті обґрунтовано пріоритетні чинники створення та нарощування вартості підприємств сфери послуг та зокрема підприємств сфери побутового обслуговування. Проаналізовано ряди динаміки показників фінансового стану та ефективності використання капіталу підприємств побутових послуг. Конкретизовано кількісні показники прояву капіталоутворюючих факторів та визначено тенденції їх зміни за 2003–2009 рр. Представлено оцінку критеріїв зміни вартості та запропоновано шляхи прискорення капіталізації підприємств сфери послуг.

Вступ. Розвиток сфери послуг та посилення конкуренції на ринку обумовлює актуальність управління процесами створення та збільшення вартості підприємств цього сектору економіки. Питання вартісно-орієнтованого менеджменту висвітлено в наукових працях А. Блека, С. Джерела, Т. Коллера, Т. Коупленда, І. Бланка, В. Ковальова, О. Стоянова, М. Чумаченко. Але потребують подальшого дослідження аспекти капіталізації сфери послуг.

Постановка проблеми. Метою статті є дослідження процесів управління капіталізацією в сфері послуг. Для досягнення зазначеної мети передбачається:

- конкретизувати фактори впливу на вартість підприємств;
- визначити показники формування та використання капіталу підприємств сфери послуг на основі статистичної звітності;
- провести оцінку вартості підприємств сфери послуг з використанням методів чистої балансової та ринкової вартості.

При проведенні дослідження використано методи синтезу, групування, порівняння, економічного аналізу.

Результати. Управління капіталізацією спрямоване на максимізацію вартості в довгостроковій перспективі. Разом із наданням послугам ексклюзивної цінності, створення нової вартості забезпечує та є свідченням конкурентних переваг та сталого розвитку підприємств сфери послуг. Управління вартістю підприємств сфери послуг є цілеспрямованою діяльністю, що потребує використання сучасних фінансових інструментів та передбачає свідому зацікавлену участь всіх працівників щодо забезпечення його ефективної фінансово-господарської діяльності.

Збільшення вартості підприємства є результатом ефективного управління ціною капіталу, формуванням та підтримкою його оптимальної структури. Всі підсистеми підприємства, що визначають життєвий цикл послуги, втілюються в капіталі, а капітал фінансує майно підприємства.

Капітал підприємства як незалежного суб'єкта господарювання представляє собою «суму фінансових коштів в грошовій формі, що надані їх власником або кредитором господарюючому суб'єкту з метою інвестування, і характеризуються юридичним і часовим аспектами [2, с. 226]». Таке розуміння капіталу акцентує увагу на його структурі як співвідношенні власних та позикових коштів. Збалансоване формування та використання власних та позикових коштів, які використовуються підприємств сфери послуг в процесі господарської діяльності визначає:

- обсяги фінансової, операційної та інвестиційної діяльності;
- рівень економічної та фінансової рентабельності (рентабельність активів та власного капіталу);
- рівень основних фінансових ризиків, який характеризує система коефіцієнтів фінансової стійкості та платоспроможності (табл. 1).

Зміна вартості підприємств сфери послуг визначається рядом факторів: фактори виробництва; маркетингової, фінансової діяльності; інноваційної активності та управління персоналом. Тому розглянемо їх фактичний прояв.

Показники фінансового стану підприємств сфери побутових послуг*

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Вартість майна, млн. грн.	244262,1	307683,9	398337,2	608305,2	690741,6	832932,1
Робочий капітал, млн. грн.	-2656,5	7706,6	18582,4	29570,6	19285,8	11655,9
Рентабельність активів, %	2,939	3,429	2,928	3,341	-4,333	-1,148
Рентабельність власного капіталу, %	27,349	25,573	19,858	22,052	-33,769	-11,768
Загальний коефіцієнт ліквідності (більше 2)	0,986	1,033	1,064	1,068	1,038	1,018
Коефіцієнт автономії (більше 0,5)	0,122	0,144	0,150	0,152	0,107	0,090
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,878	0,856	0,850	0,848	0,893	0,910
Коефіцієнт оборотності майна (збільшення)	0,00219	0,00238	0,00251	0,00273	0,00287	0,00203
Коефіцієнт завантаженості майна (зменшення)	457,53	420,24	398,93	365,68	348,91	493,13

Розраховано автором на основі [4, с.62-63; 5, с.58-59; 6, с.64-65; 7, с.64-65]

Виробничі фактори формування вартості сфери побутових послуг:

- щорічний приріст вартості основних засобів за 2001–2008 рр. від 5,7% до 15,3% [7 с. 89].
- Зменшення зносу основних засобів за 2001–2008 рр. від 37,5% до 26,4 % [7 с. 93];
- неефективне використання майна підприємства, про що свідчить низький коефіцієнт оборотності майна (див табл.1);
- збільшення операційних витрат на одиницю реалізованої продукції (послуг) з 65,2 коп./грн. у 2004 р. до 99,2 коп./грн. у 2009 р. [4, с. 94; 7, с. 95].

– недостатній рівень якості більшості послуг.

Маркетингові фактори формування вартості сфери побутових послуг:

- збільшення обсягу наданих послуг з 515,3 млн. грн. у 2004 р. до 1544,7 млн. грн. у 2009 р. [6. с. 302];
- потреба у зміцненні ділової репутації;
- недостатньо ефективна маркетингова діяльність;

Фінансові фактори формування вартості сфери побутових послуг:

- збільшення прибутку від звичайної діяльності з 6930,2 млн. грн. у 2004 р. до 16816,9 у 2007 р.; збитки у розмірі 28146 млн. грн. у 2008 р. та 8743,4 млн. грн. у 2008 р. [7, с. 59];
- недоліки в системі оподаткування прибутку;
- недостатнє використання маркетингових стратегій;
- збільшення рентабельності капіталу від 3,134 % у 2003 р. до 22,05 % у 2007 р. Різке погіршення показника протягом 2008–2009 рр. (див. табл. 1);
- недостатня фінансова стійкість підприємств.

Інноваційні фактори формування вартості сфери побутових послуг:

- зміна кількості отриманих патентів в Україні за 2008–2009 рр.: винаходи – з 4 до 17; корисні моделі – з 28 до 27; промислові зразки – з 40 до 12 одиниць відповідно [7, с. 330];
- зміна кількості використаних пропозицій за 2008–2009 рр.: винаходи – з 24 до 17; корисні моделі – з 47 до 44; промислові зразки – з 29 до 51; раціоналізаторські пропозиції – з 52 до 39 одиниць відповідно [7, с. 331].

Фактори загального управління та управління персоналом:

- низький рівень якості менеджменту, зокрема формування стратегій. Серед підприємств з тяжким економічним станом розробляють стратегію лише 34,4 %; підприємства зі стійким економічним станом – 58,7 %; підприємства, що на підйомі – 75,0 % [8, с. 365] ;
- недостатня мотивація праці (збільшення номінальної середньомісячної заробітної плати з 509 грн. у 2004 р. до 1565 грн. у 2009 р.) [7, с. 398].

Переважно несприятливий вплив на вартість підприємств сфери послуг розглянутих факторів обумовлює необхідність управління як несистематичними (внутрішні ризики бізнесу), так і систематичними ризиками (зовнішні ризики бізнесу), з використанням методу сценаріїв та методу корегування ставки дисконтування.

Управління капіталізацією неможливе без оцінки вартості підприємства як «цілеспрямованого визначення в грошовому виразі його ціни з урахуванням потенціального та реального доходу [9, с. 12]». Процес оцінки вартості підприємства відповідно до підготовчого, оціночного та заключного етапів передбачає: визначення стандартів вартості; аналіз фінансового стану та ризиків; обґрунтування підходів та методів оцінки; безпосередньо порівняння; коригування остаточної вартості майна підприємства [1; 9; 10].

Для оцінки вартості підприємств сфери послуг застосовують ринковий, витратний та дохідний підходи. В своїх дослідженнях пропонуємо використати метод чистої балансової вартості та метод галузевих коефіцієнтів [1; 3; 9; 10].

В межах витратного підходу передбачається визначення балансової вартості підприємства ($B_б$) на основі показника чистих активів ($A_{чист.}$) як різниці між сумою всіх активів підприємства та сумою всіх зобов'язань підприємства:

$$B_б = A_{чист.} = A - З, \quad (1)$$

де A – сума всіх активів підприємства (підприємств сфери послуг);

$З$ – сума всіх зобов'язань підприємства (підприємств сфери послуг)

Визначення ринкової вартості підприємств (B_p) на основі використання галузевих коефіцієнтів або «золотого правила» (rule of thumb), відповідно до якого потенційний покупець згодний заплатити за підприємство суму, що не перевищує збільшеного в чотири рази розміру прибутку до оподаткування (табл. 2):

$$B_p = 4 \cdot П, \quad (2)$$

де $П$ – фінансовий результат від звичайної діяльності підприємства до оподаткування

Таблиця 2

Статистичні дані для визначення балансової та ринкової вартості підприємств сфери побутових послуг*

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, млн. грн.	6930,2	9464,2	10334,8	16816,9	-28146	-8743,4
Всі активи, млн. грн.	244262,1	307683,9	398337,2	608305,2	690741,6	832932,1
Всі зобов'язання, млн. грн.	214455,8	263473,0	338459,9	515661,5	616688,8	758282,8

*торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку розраховано автором на основі [4, с.62-63; 5, с.58-59; 6, с.64-65; 7, с. 59, с.64-65]

Проаналізуємо динаміку капіталізації сфери побутових послуг (табл. 3).

Таблиця 3

Динаміка рівня капіталізації підприємств сфери побутових послуг*

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Балансова вартість ($B_б$), млн. грн.	29806,3	44210,9	59877,3	92643,7	74052,8	74649,3
Ринкова вартість (B_p), млн. грн.	27720,8	37856,8	41339,2	67267,6	-	-
Коефіцієнт ринкова/балансова вартість ($B_p/B_б$)	0,93	0,86	0,69	0,73	-	-

*торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку

За результатами дослідження встановлено стабільне нарощення балансової вартості підприємств сфери побутових послуг за 2000–2007 рр. та її зменшення протягом 2008–2009 рр. Балансова вартість не відповідає ринковій вартості капіталу, через те, що більшість статей балансу не відповідають ринковій вартості активів та зобов'язань. Ринкова вартість підприємств сфери побутових послуг є значно меншою від балансової вартості (табл. 3).

Розрахунки підтверджують зростання балансової вартості підприємств сфери послуг всіх видів економічної діяльності за 2008-2009 рр., що свідчить підвищення фінансової стійкості та інвестиційної привабливості (табл. 4).

Таблиця 4

**Динаміка рівня капіталізації підприємств сфери послуг
(за видами економічної діяльності)**

	2006	2007	2008	2009				
	Вр/Вб	Вр/Вб	Вб,млн. грн.	Вр,млн. грн.	Вр/Вб	Вб,млн. грн.	Вр,млн. грн.	Вр/Вб
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	0,69	0,73	74052,8	-	-	74649,3	-	-
Діяльність готелів та ресторанів	-	0,001	7019,1	-	-	8018,0	-	-
Діяльність транспорту та зв'язку	0,32	0,35	148525,5	18075	0,12	161170,7	41229,2	0,26
Фінансова діяльність	1,17	1,46	76084,9	100170	1,32	83827,6	-	-
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг, надання послуг підприємцям	0,11	0,43	352288,8	-	-	404881,9	-	-
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	0,25	0,10	13273,1	-	-	13265,6	-	-

розраховано автором на основі [4, с.62-63; 5, с.58-59; 6, с.64-65; 7, с. 59, с.64-65]

Несприятливий вплив кризових явищ, підвищення ризиків спричинили зниження фінансових результатів, що відповідно призвело до зменшення їх ринкової вартості. Наявність збитків унеможливило оцінку ринкової вартості за «золотим правилом», а значення коефіцієнта ринкова/балансова вартість менше одиниці є свідченням дуже низького рівня капіталізації підприємств сфери послуг (табл. 4).

Висновки. За результатами дослідження встановлено, що більш об'єктивним показником оцінки вартості підприємства є ринкова вартість, яка визначає капіталізацію його цінності, соціально-економічну важливість та унікальність бізнесу, наявність інноваційного та інтелектуального потенціалу. Величина ринкової вартості залежить від дохідності, ступеню ризику господарчої діяльності, платоспроможності потенційного покупця, наявності альтернативних об'єктів вкладання коштів.

Шляхами прискорення капіталізації підприємств сфери послуг є: оновлення матеріально-технічної бази; впровадження інноваційних технологій виробництва та управління; підвищення ефективності маркетингової діяльності; підвищення кваліфікації та мотивації працівників; підвищення рівня якості послуг; використання бюджетування; розвиток галузевої та міжгалузевої інтеграції підприємств; збільшення фінансування сфери послуг; надання субсидій та пільгового кредитування.

Література

1. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Мурин. – М.: Олимп-бизнес, 2003. – 549 с.
2. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / за ред. проф. Г.Г. Кірейцева. – Київ: ЦУЛ, 2002. – 496 с.
3. Матвиенко Н.И. Капитализация как фактор обеспечения конкурентоспособности предприятий виноградно-винодельческого подкомплекса Крыма // Эффективная экономика [електронне видання] №4 – 2010 р. – Режим доступу http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?nomer_data=4&year_data=2010 – Назва з екрану
4. Статистичний щорічник України за 2004 р. – Держкомстат України. За ред. О.Г. Осауленка – К.: Консультатнт, 2005 – 631 с.
5. Статистичний щорічник України за 2005 р. – Держкомстат України. За ред. О.Г. Осауленка – К.: Консультатнт, 2006 – 596 с.
6. Статистичний щорічник України за 2007 р. – Держкомстат України. За ред. О.Г. Осауленка – К.: Консультатнт, 2008 – 572 с.
7. Статистичний щорічник України за 2009 р. – Держкомстат України. За ред. О.Г. Осауленка – К.: Консультатнт, 2010 – 566 с.
8. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия / Г.Б. Клейнер. – М.: Дело-АНХ, 2008. – 568 с.

9. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебник / Н.Ф. Чеботарев. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 256 с.
10. Оценка бизнеса: теория и практика / Н.Е. Симионова, Р.Ю. Симионов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007. – 576 с.

Подано до редакції 13.03.2011

*Рецензія доктора економічних наук,
професора Брюховецької Н.Ю.
(Інститут економіки промисловості
НАН України, Донецьк)*

Т.В. Гринько

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ВИРОБНИЧОЇ СФЕРИ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розроблено підхід до адаптивного розвитку виробничих можливостей підприємства, який дозволяє адаптувати виробничу систему підприємства до сучасного технологічного рівня машинобудування та перспективних потреб ринку. Адаптивний розвиток виробничих можливостей підприємства передбачає вибір і впровадження виробничих інновацій на основі зіставлення рівня інноваційного розвитку підприємства з конкурентами, а також дослідження тенденцій розвитку ринку.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. За останні роки інноваційна активність тих вітчизняних промислових підприємств, що реалізують інноваційну діяльність, характеризувалася збільшенням обсягів витрат на інноваційну діяльність – загальні витрати з 2000 р. до 2008 р. зросли в 6,8 разів, а з 2008 р. до 2009 року впали майже вдвічі, що, на жаль, не стало запорукою підвищення ефективності інновацій, а, тим більше, значно не вплинуло на розвиток економіки України, та ще й за умови світової кризи. За даними держкомстату, у 2009 р. серед усіх машинобудівних підприємств такими, що здійснюють інновації було визнано 390 одиниць, що на 8 % менше, ніж у попередньому 2008 р. Варто зазначити, що рівень інноваційної активності підприємств залишається доволі низьким і залежить від їх розмірів. Обсяги фінансування не завжди є запорукою вирішення проблеми ефективності здійснюваних інноваційних процесів. Тому актуальність саме задачі скорочення відставання в інноваційному розвитку від провідних світових підприємств пояснюється наступним: по-перше, світові підприємства, чия продукція користується заслуженим попитом на ринку, а ефективність виробничих процесів дозволяє підтримувати високі показники результатів виробничої діяльності, є еталоном, до якого вітчизняним підприємствам потрібно прагнути, а, по-друге, у вітчизняних підприємств у даний час практично немає можливостей самостійно створювати еталонні інноваційні продукти. Безумовно, необхідно також ставити амбіційні завдання, пов'язані з розробкою передових технологій і досягненням лідерства в певних технологічних областях, проте у той же час необхідно адекватно оцінювати можливості абсолютної більшості підприємств, актуальним завданням для яких є не вдосконалення фундаментальних технологічних проривів, а підтримання беззбитковості, присутності на ринку і навіть самого існування підприємства. На жаль, в найближчій перспективі малоімовірно, що вітчизняні машинобудівні підприємства стануть місцем виникнення інноваційних технологій або продуктів світового масштабу. Навіть якщо це і відбудеться, то може мати лише епізодичний характер. Тому в машинобудуванні необхідно ставити завдання поступового впровадження виробничих інновацій, які вже впроваджені провідними світовими виробниками, що дозволить наблизитися до них за рівнем якості і витрат ресурсів. При цьому необхідно брати до уваги місцеву специфіку, а також необхідність підтримувати прийнятний для основних ринків збуту рівень цін на кінцеву продукцію.

Додатковим свідченням актуальності завдання підвищення інноваційного рівня виробничої підсистеми машинобудівних підприємств є те, що в сучасній економіці, яка характеризується гострою конкурентною боротьбою, виробничі можливості підприємств повинні істотно перевищувати мінімум, необхідний для виробництва поточного асортименту продукції [1], що обумовлює доцільність постійного вдосконалення виробничих процесів, технологій та обладнання.