

УДК: [631.1:334]: 005.93

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-298-5(2)-52

СУСЛІКОВ А.

ННЦ «Інститут аграрної економіки»

<https://orcid.org/0000-0002-2126-0691>e-mail: Suslikov.Andrii@gmail.com

СТРАТЕГУВАННЯ В УПРАВЛІННІ РИНКОВОЮ КАПІТАЛІЗАЦІЄЮ КОРПОРАТИВНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено зміст стратегування в управлінні ринковою капіталізацією корпоративних аграрних підприємств. Показано, що стратегія управління ринковою капіталізацією корпоративного аграрного підприємства є складовою загальної економічної стратегічної політики сталого розвитку компанії. Встановлено, що метою стратегії є максимізація ринкової капіталізації підприємства, а стратегічною ціллю – забезпечення достатнього обсягу капіталу для соціально-економічного, екологічного й виробничого розвитку. Принципами стратегування визначено системність, прозорість, компетентність, ефективність і планову адаптивність. Суб'єктами управління ринковою капіталізацією корпоративних аграрних підприємств є топ-менеджмент і фінансовий менеджмент корпорації, андеррайтери й акціонери. Об'єктами управління ринковою капіталізацією визначено акції та їхні курси, дивіденди, інвестиційні ризики, вартість активів компанії, фінансові результати, капітал, корпоративний імідж тощо. Обґрунтовано виділення фінансових і нефінансових цілей в стратегуванні управління ринковою капіталізацією, що впливає зі встановлення цільових стратегічних параметрів максимізації ринкової вартості підприємства та забезпечення його сталого розвитку. Виокремлено фінансові, адміністративні і правові методи стратегічного управління ринковою капіталізацією. До основних етапів стратегування в управлінні ринковою капіталізацією віднесено аналіз стану розвитку корпоративного підприємства, визначення місії і візії, встановлення цілей і завдань, розробка субстратегій управління вартістю підрозділів агрокорпорації, реалізація стратегії, моніторинг та обґрунтоване корегування стратегічних цілей і планів. Показано, що інструментами й важелями стратегічного управління ринковою капіталізацією корпоративних аграрних підприємств є андеррайтинг, корпоративний фінансовий менеджмент та стратегічний маркетинг.

Ключові слова: стратегування; стратегія; ринкова капіталізація; корпоративні аграрні підприємства; стратегічний фінансовий менеджмент.

ANDRII SUSLIKOV

NSC "Institute of Agrarian Economics"

STRATEGIZING IN THE MANAGEMENT OF MARKET CAPITALIZATION OF CORPORATE AGRICULTURAL ENTERPRISES

The essence of strategizing in the management of market capitalization of corporate agricultural enterprises has been studied. It has been shown that the strategy of managing the market capitalization of a corporate agricultural enterprise is a component of the overall economic strategic policy for sustainable development of the company. It has been determined that the purpose of the strategy is maximizing the market capitalization of the enterprise, and the strategic goal is to ensure a sufficient amount of capital for socio-economic, environmental and production development. The principles of strategy are systematic, transparent, competent, efficient and planned adaptability. The subjects of market capitalization management of corporate agricultural enterprises are top management and financial management of the corporation, underwriters and shareholders. The objects of market capitalization management have been defined as shares and their rates, dividends, investment risks, value of company assets, financial results, capital, corporate image, etc. The separation of financial and non-financial goals in the strategy of market capitalization management have been substantiated, which follows from the establishment of target strategic parameters for maximizing the market value of an enterprise and ensuring its sustainable development. The financial, administrative and legal methods of strategic market capitalization management have been allocated. The main stages of strategizing in the management of market capitalization include analysis of the state of development of a corporate enterprise, definition of mission and vision, setting goals and objectives, development of substrategies for managing the value of the units of an agricultural corporation, implementation of strategy, monitoring and reasonable adjustment of strategic goals and plans. It has been shown that the instruments and levers of strategic management of market capitalization of corporate agricultural enterprises are underwriting, corporate financial management and strategic marketing.

Key words: strategizing; strategy; market capitalization; corporate agricultural enterprises; strategic financial management.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Базис управління ринковою капіталізацією корпоративного підприємства становить злагоджена робота управлінського персоналу з реалізації відповідних стратегічних цілей і завдань. Відтак компанія має розробляти спеціальну стратегію, спрямовану на оптимізацію залучення капіталу з різних джерел відповідно до потреб її розвитку.

Стратегування при цьому вбачається як процес визначення місії, візії, цілей та завдань корпоративного аграрного підприємства, а також розробка та вибір способів досягнення цих цілей в умовах зовнішньої та внутрішньої невизначеності. Іншими словами, стратегування є системним підхід до стратегічного управління агрокомпанією, який включає в себе процеси планування, організації, мотивації й контролю з метою досягнення довгострокових цілей, спрямованих на підвищення її ринкової капіталізації.

Зважаючи на визначальну роль ринкової капіталізації для публічних корпоративних агропідприємств, стратегування в управлінні нею є актуальною й важливою проблемою стратегічного фінансового менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Стратегування в управлінні ринковою капіталізацією підприємств є багатогранною задачею. Окремим аспектам її розв'язання присвячені наукові праці Андрійчука В., Білич А., Бездушної Ю., Жука В., Моголової А., Мендрула О., Грінченко В., Кривов'язюк І., Бурбан О., Стадник В., Рудніченка Є., Томалі Т., Непогодіної Н., Островської Г., Варналія З., Лотоцького М., Лупенка Ю., Гуторова А., Алейнікової Н., Іоргачової М., Ковальнової О., Коцюрубенко Г. та багатьох інших.

Зокрема вчені розробили концептуальні засади механізмів формування вартості підприємств [1, 2] і їх ринкової оцінки [3, 4], показали методологічний взаємозв'язок капіталізації й фінансової безпеки [5], розкрили зміст вартісно-орієнтованого стратегічного менеджменту [6], зокрема й для досягнення цілей стратегії інвестиційної діяльності підприємства [7]; визначили методичні підходи до оцінки капіталізації сільськогосподарських підприємств [8] й здійснили ґрунтовний аналіз ринкової капіталізації аграрних підприємств, особливо агрохолдингів [9].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Аналіз літературних джерел показав, що вченими сформовано значний теоретико-методологічний базис стратегічного управління ринковою капіталізацією підприємств. Водночас недостатньо дослідженими залишилися питання стратегування в управлінні ринковою капіталізацією саме корпоративних аграрних підприємств, формування ESG-орієнтованих стратегій вартісно-орієнтованого розвитку агрокорпорацій, що й обумовило вибір теми й постановку завдання цього дослідження.

Формулювання цілей статті

Метою статті є систематизація наукових засад стратегування в управлінні ринковою капіталізацією корпоративних аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу

Стратегія управління ринковою капіталізацією корпоративного аграрного підприємства є складовою загальної економічної стратегічної політики сталого розвитку компанії (рис. 1).

Загалом вона являє собою сукупність цілей, завдань, оціночних аналітичних індикаторів бізнес-середовища, методів та засобів впливу на досягнення оптимального для певних умов рівня ринкової капіталізації. Метою стратегії є максимізація ринкової капіталізації підприємства, а стратегічною ціллю – забезпечення достатнього обсягу капіталу для соціального-економічного, екологічного й виробничого розвитку. Суб'єктами управління виступають топ-менеджмент та фінансовий менеджмент корпорації, андеррайтери й акціонери. Об'єктами управління ринковою капіталізацією є акції та їхні курси, дивіденди, інвестиційні ризики, вартість активів компанії, фінансові результати, капітал, корпоративний імідж тощо.

Стратегічне управління ринковою капіталізацією як процес включає методи й інструменти, необхідні для вирішення завдань з формування й використання капіталу для максимізації ринкової вартості і забезпечення сталого розвитку корпоративного агропідприємства у довгостроковій перспективі.

Сам процес управління має здійснюватися на засадах системності, прозорості, компетентності, ефективності й планової адаптивності.

Істотний вплив на формування стратегії управління ринковою капіталізацією корпоративного аграрного підприємства мають зовнішні і внутрішні чинники бізнес-середовища (рис. 2).

Екзогенні фактори впливають з тенденцій на фондових ринках і загальних макроекономічних процесів, охоплюють волатильність і рівень капіталізації фондових ринків, стан нормативно-правової бази, розвиток технологій, ринкову позицію конкурентів, динаміку попиту на продукцію і послуги, андеррайтинг тощо. При цьому світові тенденції галузевої динаміки ринкової капіталізації часто визначають вектор капіталізації окремого підприємства. Внутрішні чинники бізнес-середовища є переважно контрольованими, включають корпоративне управління, бізнес-модель компанії, структуру агрокорпорації, політику сталого розвитку на основі концепції ESG, дивідендну політику, відносини з постачальниками та клієнтами тощо.

Основою стратегування в управлінні ринковою капіталізацією агрокомпанії є оцінка фінансової ефективності, що впливає на формування цілей, завдань, індикаторів та політики управління фінансами загалом. На основі стратегічної мети і цілей встановлюються завдання, показники ефективності, методи та визначаються інструменти управління ринковою капіталізацією.

Важливе місце в стратегуванні управління ринковою капіталізацією займають фінансові і нефінансові стратегічні цілі. Формування стратегічних цілей через їх поділ на фінансові і нефінансові пов'язано з встановленням цільових стратегічних показників відповідно максимізації ринкової вартості підприємства та забезпечення його сталого розвитку, що спрямовано на підтримання або збільшення цінності за рахунок змін у капіталі і формування доданої вартості; підвищення рівня рентабельності й

прибутку підприємства, що впливає на зростання курсу акцій та інших цінних паперів; досягнення позитивного соціального ефекту, що також має позитивний вплив на динаміку рейтингових показників через репутацію агрокомпанії.

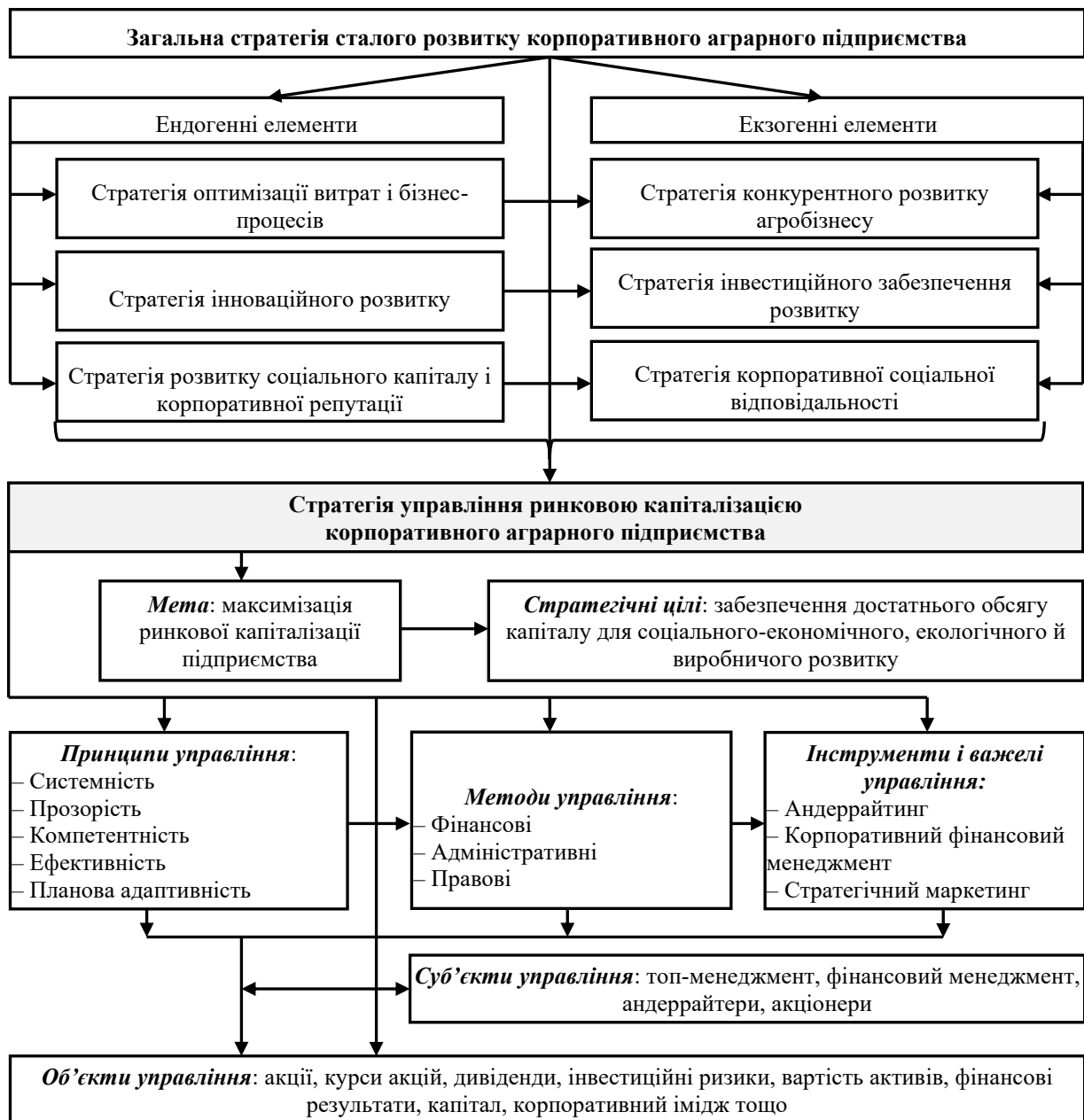


Рис. 1. Стратегічне поле управління ринковою капіталізацією корпоративних аграрних підприємств
Джерело: розроблено автором.

Фінансові цілі охоплюють максимізацію ринкових мультиплікаторів, зростання показників фінансової ефективності, таких, як рівень рентабельності, фінансової стійкості, ліквідності й платоспроможності. Нефінансові цілі охоплюють репутацію підприємства, рівень корпоративної соціальної відповідальності, рівень розвитку інтелектуального капіталу тощо. Якщо фінансові цілі мають чітко визначений набір індикаторів для вимірювання їх досягнення, то нефінансові цілі є унікальними для кожного підприємства й мають враховувати специфіку бізнесу, корпоративного управління, принципи і пріоритети компанії, рівень впливу на ринкову капіталізацію та важливість для її позитивної динаміки. Як фінансові, так і нефінансові цілі можуть встановлюватися для компанії в цілому та для окремих її підрозділів, філій, тощо.

Методи управління у стратегії управління ринковою капіталізацією спрямовані на вплив на окремі складові і чинники ринкової капіталізації підприємства для досягнення стратегічної цілі. Кривов'язюк І., Пушкарчук І. й Волинчук Ю. справедливо виділяють фінансові, адміністративні і правові методи управління ринковою капіталізацією [7]. Фінансові методи прямо впливають на ринкову капіталізацію і міру їх впливу

можна визначити найбільш точно і достовірно. Тому ці методи є найбільш поширеними. Вони включають оптимізацію структури капіталу та мінімізацію його вартості, оптимізацію ефекту фінансового та операційного важеля, управління дебіторською й кредиторською заборгованістю, дивідендну політику та інші.

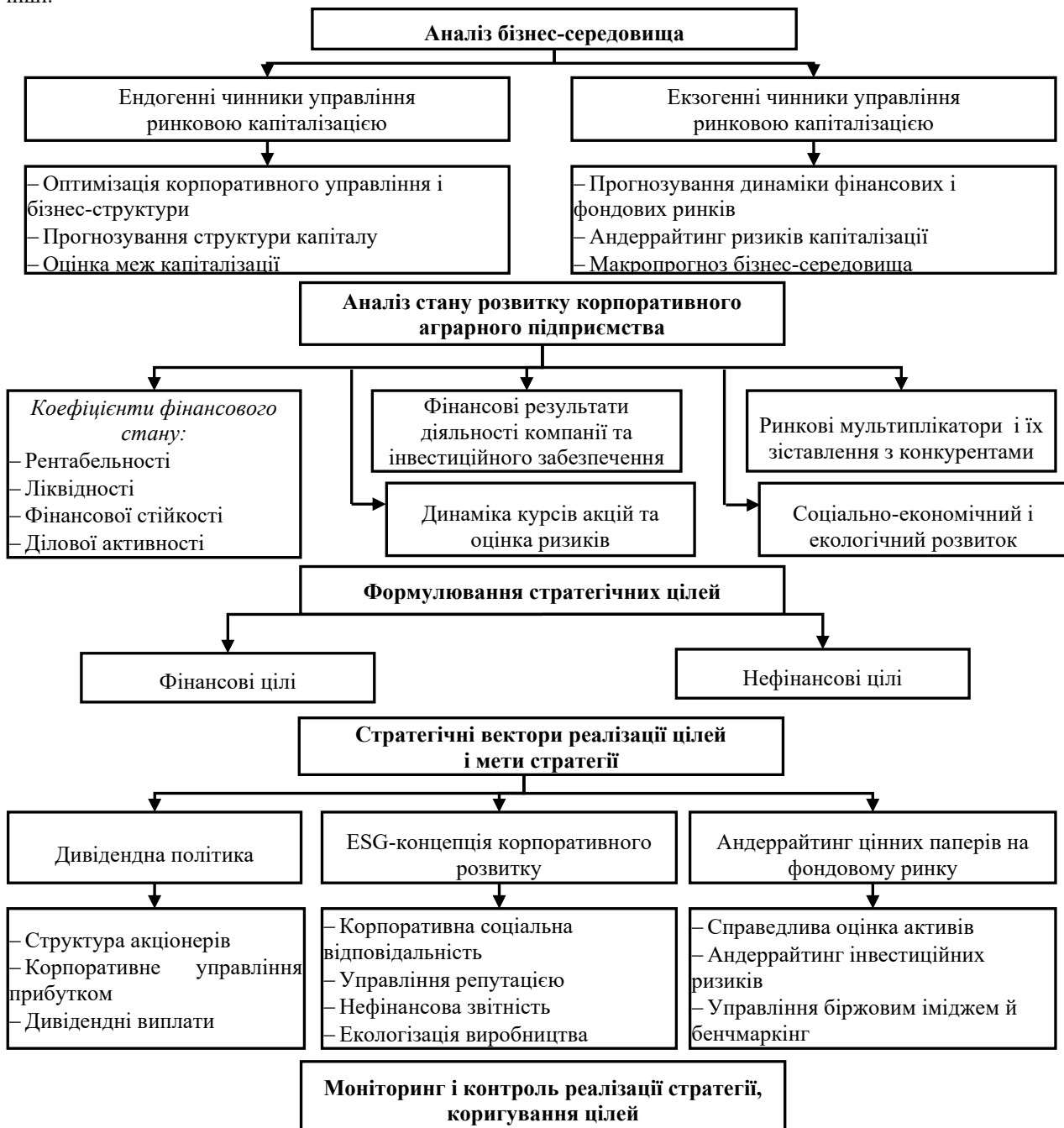


Рис. 2. Стратегування в управлінні ринковою капіталізацією корпоративних аграрних підприємств
Джерело: розроблено автором.

Адміністративні методи впливають на ринкову капіталізацію через організаційний механізм управління компанією за допомогою використання методів корпоративного менеджменту, зокрема, організації та координації. Ці методи включають управління інтелектуальним капіталом, злиття й поглинання, використання принципів сталого розвитку тощо. Ефективна система корпоративного управління забезпечує формування компетентного кадрового менеджменту, інформаційного забезпечення, корпоративних комунікацій, організаційної культури, організаційної структури управління, що дає змогу приймати ефективні управлінські рішення.

Правові методи управління ринковою капіталізацією базуються на використанні правових норм, правових актів та правових відносин. Правові норми передбачають подання фінансової і не фінансової звітності, відносини з фінансовими установами, вибір видів діяльності, управління податковим навантаженням та оптимізацією тощо. Правові відносини при взаємодії за стейкхолдерами, зокрема,

постачальниками, клієнтами, підрядниками, відіграють важливу роль для управління діловою репутацією компанії та дотримання нею етичних принципів ведення бізнесу.

Інструментами й важелями управління виступають андеррайтинг, корпоративний фінансовий менеджмент та стратегічний маркетинг.

У цілому, стратегія управління ринковою капіталізацією корпоративного підприємства потребує використання концепції сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності, соціально-етичного маркетингу, управління репутацією та інших механізмів та інструментів, орієнтованих не лише на максимізацію прибутку та ринкової вартості, а й довгострокового сталого розвитку.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Ринкова капіталізація корпорації відображає її загальну ринкову вартість, основу на поточній ринковій ціні акцій. Вона є ключовим індикатором для інвесторів, аналітиків і менеджменту компанії. Ринкова капіталізація не є статичною величиною, вона постійно коливається через різноманітні фактори: макроекономічні тренди, корпоративні події, стратегічні рішення тощо. Стратегія управління ринковою капіталізацією має бути спрямована на максимізацію ринкової вартості для акціонерів, враховуючи поточні ринкові умови, можливості і ризики. При цьому однією з основних цілей стратегування в управлінні ринковою капіталізацією корпоративних аграрних підприємств є створення умов для її стабільного зростання.

У цілому стратегування управління ринковою капіталізацією вимагає системного підходу, здатності передбачати ринкові тенденції, реагувати на них гнучко, а також підтримувати довіру інвесторів. Ефективна реалізація такої стратегії дозволить корпоративному аграрному підприємству зміцнити своє положення на товарному і фондовому ринку, а відтак і підвищити ринкову вартість агробізнесу.

Перспективами дальших розвідок у цьому напрямі є розробка ESG-орієнтованих стратегій управління ринковою капіталізацією корпоративних аграрних підприємств.

Література

1. Стадник В.В., Рудніченко Є.М., Томаля Т.С., Непогодіна Н.І. Інноваційно-інвестиційні стратегії в управлінні ринковою вартістю підприємства. Хмельницький: ХНУ, 2008. 302 с.
2. Бурбан О.В. Роль оцінювання вартості як інструмента підготовки рішень для обґрунтування ринкової капіталізації підприємства. *Економічний форум*. 2021. № 1. С. 116–121.
3. Bilych A.V. Theoretical and Practical Aspects of Business Valuation based on DCF-method (Discounted Cash Flow). *Economika APK*. 2013. No. 8(226). Pp. 78–84.
4. Сердюков К.Г., Алейнікова Н.М. Вдосконалення оцінки вартості акціонерного товариства за ринковим підходом. *Управління розвитком*. 2017. № 3-4. С. 88–96.
5. Варналій З.С., Лотоцький М.Я. Взаємозв'язок капіталізації та фінансової безпеки підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. № 5(144). С. 96–101.
6. Іоргачова М.І., Ковальова О.М., Коцюрубенко Г.М. Вартісно-орієнтоване управління в системі корпоративного управління компанією. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 111–115.
7. Кризов'язюк І.В., Пушкарчук І.М., Волинчук Ю.В. Капіталізація як основа динамічного розвитку підприємств. *Економічний форум*. 2017. № 1. С. 135–144.
8. Нестерчук Ю.О., Улянич Ю.В. Розвиток капіталізації сільськогосподарських підприємств. Умань: вид. «Сочінський», 2013. 204 с.
9. Hutorov A.O., Lupenko Y.O., Yermolenko O.A., Dorokhov O.V. Strategic Management of the Agrarian Sector of Economy based on the Analysis of Value Chains. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series II: Forestry, Wood Industry, Agricultural food Engineering*. 2018. Vol. 11(60). No. 2. Pp. 101–114.

References

1. Stadnyk, V.V., Rudnichenko, Y.M., Tomalia, T.S., Nepohodina, N.I. (2008). Innovatsiino-investytsiini stratehii v upravlinni rynkovoioi vartistiui pidpriemstva. Khmelnytskyi: KhNU.
2. Burban, O.V. (2021). Valuation Role as a Tool of Decision-Preparing for Foundation of Company Market Capitalization. *Economic Forum*, 1, 116–121.
3. Bilych, A.V. (2013). Theoretical and Practical Aspects of Business Valuation based on DCF-method (Discounted Cash Flow). *Economika APK*, 8, 78–84.
4. Serdyukov, K.G., Alieinikova, N.M. (2017). Improvement of Joint Stock Company Valuation using the Market Approach. *Development Management*, 3-4, 88–96.
5. Varnalii, Z.S., Lototskyi, M.Y. (2013). The Relationship between Capitalization and Financial Security of Enterprises. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, 5(144), 96–101.
6. Iorgachova, M.I., Kovalova, O.M., Kotsiurubenko, G.M. (2020). Value-Based Management in the System of Company's Corporate Governance. *Ekononika ta derzhava*, 5, 111–115.
7. Kryvovyazyuk, I.V., Pushkarchuk, I.M., Volynchuk, Y.V. (2017). Capitalization as the Basis for Dynamic Development Enterprises. *Economic Forum*, 1, 135–144.
8. Nesterchuk, Yu.O., Ulianych, Yu.V. (2013). Rozvytok kapitalizatsii silskohospodarskykh pidpriemstv. Uman: «Sochinskyi» Publisher.
9. Hutorov, A.O., Lupenko, Y.O., Yermolenko, O.A., Dorokhov, O.V. (2018). Strategic Management of the Agrarian Sector of Economy based on the Analysis of Value Chains. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series II: Forestry, Wood Industry, Agricultural food Engineering*, 11(2), 101–114.