

Андрій Михайлович ДЯКУН

аспірант, Державний торговельно-економічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7564-6987>

e-mail: a.dyakun@knute.edu.ua

КАПІТАЛІЗАЦІЯ КОРПОРАТИВНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ: ГЕНЕЗИС ДЕФІНІЦІЇ ТА ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ

У статті визначено генезис теорії капіталізації, який демонструє еволюцію економічної думки від простих ідей накопичення багатства до складних моделей. Показано, що капіталізація як економічна категорія є важливим індикатором фінансового потенціалу підприємств та ринків, похідною від теорій капіталу, вартості, ресурсів. Визначено основні форми капіталізації: фінансова, ринкова, внутрішня. Встановлено, що ефективне управління капіталізацією підприємства включає комплексний підхід, який охоплює фінансове планування, управління інвестиціями, оптимізацію оборотного капіталу, залучення капіталу, реструктуризацію та впровадження інновацій. Доведено, що збільшення капіталізації є стратегічним завданням для торговельних підприємств, яке забезпечує їх довгострокове зростання та розвиток. У рамках концепцій антикризового менеджменту, категорійного менеджменту, інтегрованого ризик-менеджменту визначено власний капітал корпоративного підприємства торгівлі розглядається як основне джерело зростання капіталізації.

Ключові слова: генезис, дефініції, капіталізація, корпоративне підприємство, торгівля

ВСТУП

Збільшення капіталізації торговельних підприємств є ключовим фактором для їх ефективного функціонування та розвитку, оскільки забезпечує не лише фінансову стійкість, але й можливість інвестувати у нові технології, розширювати асортимент товарів та послуг, виходити на нові ринки та підвищувати конкурентоспроможність. Проблеми управління капіталізацією підприємств різних видів економічної діяльності, зокрема торговельних, є предметом дослідження ряду вчених.

Слід акцентувати увагу на працях О.В. Мельник, в якій викладено методологічні засади трактування капіталізації та стратегічного управління нею. Процеси і результати капіталізації розглядаються скрізь призму таких складників [3, с. 45]: інкорпорованого простору (корпоративна культура, організаційна структура, інноваційні процеси), об'єктивованого простору (аналіз ринку, конкурентне середовище, регуляторні вимоги), постіндустріальної специфіки (технологічні інновації, інформаційне управління, клієнтоорієнтованість), економічної глобалізації (глобальні ринки, міжнародна кооперація). Зазначеним автором [4, с. 91] досліджуються взаємозв'язки категорії капіталізації підприємства з його ресурсами і цінністю. Результатами перетину зазначених категорій є: ресурси-капітал, капітал-цінність, ресурси – цінність.

О.М. Ястремська, О.О. Ястремська [6, с. 281] доводять важливість ролі інвестиційної діяльності підприємств як ключового чинника зростання його капіталізації, покращення конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності. Вона забезпечує нарощування капіталу підприємства шляхом вкладання в перспективні проекти, оновлення активів, впровадження прогресивних технологій, моніторингу ринку товарів, підвищення ефективності діяльності, створення доданої вартості.

О.Г. Сидорчук, Ю.В. Підлипний [5, с. 90] акцентують увагу на тому, що сучасний вектор розвитку торговельних підприємств, орієнтований на безперервне збільшення капіталу, вимагає підвищення ефективності діяль-

ності персоналу, оскільки необхідно: швидко адаптуватися до змін ринкових умов та забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів; впроваджувати технологічні інновації; оптимізувати внутрішні процеси шляхом покращення логістики, управління запасами, та зменшення операційних витрат; впроваджувати систему мотивації та стимулювання працівників; забезпечувати здатність персоналу швидко адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі; інвестувати у розвиток та навчання працівників, а також створення ефективних систем мотивації та управління.

Погоджуємося з Н.С. Барабаш, М.О. Никонович, А.О. Міщенко, що за окреслених умов необхідно оптимізувати критерії ефективності менеджменту власного капіталу корпоративного торговельного підприємства для уникнення кризових ситуацій на шляху до досягнення стратегічних цілей функціонування та забезпечення стійкого економічного зростання [1, с. 109]. В.В. Максютю проаналізовано сутність і особливості корпоративної культури торговельних підприємств різних форм власності як основи підвищення продуктивності праці, запропоновано її модель для підприємств роздрібною торгівлі споживчої кооперації, впровадження якої сприятиме рентабельності та конкурентоспроможності досліджуваних підприємств [2, с. 59].

Наведені вище автори зробили вагомий внесок у розвиток теорії капіталізації, проте актуальною є її розбудова в частині адаптації до умов торговельних підприємств.

МЕТА роботи – вдосконалення підходів до збільшення капіталізації корпоративного підприємства торгівлі на основі дослідження генезису дефініції та підходів до управління, а також забезпечення відповідності між ними.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методи дослідження: історичний, діалектичний, концептуальний, табличний. Також для отримання наукових результатів застосовано загальні і спеціальні методи (аналіз, синтез, формалізація, систематизація, порівняння, узагальнення). Інформаційною основою дос-

лідження є наукові праці вітчизняних учених.

РЕЗУЛЬТАТИ

Генезис теорій капіталізації є складним процесом, який охоплює розвиток економічної думки та практики протягом століть і віддзеркалює різні аспекти формування, накопичення та використання капіталу.

Меркантилісти (XVI-XVIII) підтримували ідею накопичення капіталу через позитивний торговельний баланс (перевищення експорту над імпортом) та державне втручання в економіку. Класична економічна теорія (XVIII - XIX ст.) розглядала капітал як один з основних факторів виробництва поряд з працею та землею, підкреслюючи важливість заощаджень та інвестицій для економічного зростання. Маржиналісти (XIX – XX ст.) ввели поняття граничної корисності та граничної продуктивності капіталу, які дозволили зрозуміти механізм впливу рішення окремих агентів на загальні економічні результати та на формування цін на капітал. Неокласична економічна теорія (XX ст.) розглядала капітал як інтертемпоральний ресурс, який має розподілятися на основі ринкових механізмів і прино-

сити прибуток у майбутньому. Кейнсіанство (XX ст.) підкреслювало важливість державних витрат та інвестицій для стимулювання економіки та зростання капіталізації ринкових агентів під час криз. Монетаристи (XX ст.) акцентували увагу на ролі грошей та кредитної політики у формуванні капіталу за умов контролю за обсягом грошової маси для стабільного економічного зростання.

Сучасні теорії капіталізації (XXI ст.), характеристики яких наведено у табл. 1, розвинулися внаслідок інтеграції різних підходів до розуміння ролі капіталу в економіці, а також завдяки врахуванню нових викликів і можливостей, що виникають у глобалізованому та технологічно розвиненому світі. Так, основними сучасними теоріями капіталізації є: ендogenous зростання, людського капіталу, інституціональні, фінансові, інформаційної асиметрії, екологічної економіки, підприємництва. Вони розглядають капітал як багатогранне явище, що включає фінансові, людські, технологічні та інституційні аспекти.

Таблиця 1 – Характеристика основних сучасних теорій капіталізації (власна розробка)

№ з/п	Назва теорії	Передумови	Зміст
1	Теорія ендogenous зростання	на відміну від неокласичних моделей, які вважають технологічні зміни екзогенними, теорія ендogenous зростання вважає їх результатом економічної діяльності	вважає капіталізацію інвестицій у дослідження та розвиток, технологічні інновації та людський капітал основними для довгострокового економічного зростання
2	Теорія людського капіталу	наголошує на значенні освіти, професійної підготовки та інших форм інвестицій у людський капітал	висококваліфіковані працівники здатні створювати більше доданої вартості, що сприяє економічному зростанню та підвищенню капіталізації підприємств
3	Інституціональна економіка	підкреслює важливість інституційних факторів, таких як правова система, політична стабільність, корупція та соціальні норми, для формування капіталу та економічного зростання	інституції впливають на економічну поведінку агентів, зокрема на рішення про інвестиції та інновації. Капіталізація трактується через призму інституційних структур, соціальних норм, неекономічних факторів, таких як культура та політика тощо
4	Фінансові теорії капіталізації	розглядає, як підприємства залучають капітал через різні фінансові інструменти, такі як акції, облігації, кредити тощо	основні концепції включають структуру капіталу, вартість капіталу та управління ризиками, теорії ефективного ринку та модель оцінки капітальних активів
5	Теорія інформаційної асиметрії	досліджує проблеми, що виникають через нерівність у доступі до інформації між різними економічними агентами	інформаційна асиметрія може впливати на рішення стосовно інвестицій та фінансування, що, зі свого боку, впливає на капіталізацію підприємств
6	Екологічна економіка	включає аналіз впливу екологічних факторів на капіталізацію підприємств	інвестиції у стійкі технології та екологічно чисте виробництво стають важливими для довгострокового економічного зростання та збереження природного капіталу
7	Теорія підприємництва	підкреслює роль підприємців у створенні нових ринків та індустрій через інновації	підприємці сприяють капіталізації, впроваджуючи нові продукти, процеси та бізнес-моделі

Сучасні теорії капіталізації підкреслюють важливість інновацій, освіти, правових та інституційних умов, а також екологічних факторів для формування та ефективного використання капіталу, і допомагають краще зрозуміти механізми економічного зростання та розробити ефективні стратегії для підвищення капіталізації підприємств у сучасному світі.

Капіталізація як фундаментальна економічна категорія має синтетичний характер: по-перше, вона є похідною від теорії капіталу, оскільки відображає процес накопичення, розподілу та використання капіталу для створення доданої вартості та економічного зростання; по-друге, теорії капіталізації та капіталу неможна отожднювати, оскільки капіталізація є результатом спільної множини капіталу, вартості та ресурсів підприємства

на їх перетині.

Основними видами капіталізації є:

– фінансова, яка відображає вартість підприємства, розраховану як сукупну ринкову вартість її акцій та боргових зобов'язань. Вона залежить від ринкових очікувань стосовно майбутніх прибутків підприємства та її фінансового потенціалу;

– ринкова, яка визначається сукупною ринковою вартістю усіх підприємств, що котируються на фондовій біржі або певному сегменті ринку. Вона застосовується як індикатор економічного стану та розвитку фінансових ринків;

– внутрішня, яка відображає процес реінвестування прибутків у розвиток підприємства на оновлення активів, здійснення інвестицій у нові проекти, дослід-

дження та розвиток.

Управління капіталізацією підприємств включає різні методи, призначені для оптимізації використання капіталу, збільшення його вартості та забезпечення стабільного розвитку підприємства. Основними методами управління капіталізацією є:

1. Фінансове планування та аналіз:

– бюджетування, подане складанням детального бюджету для різних підрозділів підприємства в цілях контролю витрат та доходів;

– оцінювання основних фінансових показників (рентабельність, ліквідність, оборотність активів тощо) для виявлення слабких місць та можливостей покращення фінансового стану.

2. Управління інвестиціями:

– оцінювання інвестиційних проєктів на основі методів чистої приведеної вартості, внутрішньої норми рентабельності, терміну окупності тощо для оцінювання доцільності інвестицій;

– інвестування в різні проєкти та активи для зниження ризиків шляхом диверсифікації.

3. Управління оборотним капіталом:

– впровадження систем управління запасами, таких як оптимізація, *Just-In-Time* для мінімізації вартості зберігання та уникнути дефіциту;

– управління дебіторською заборгованістю на основі розроблення ефективної політики кредитування клієнтів та контролю за своєчасністю платежів;

– управління кредиторською заборгованістю на основі вибору оптимальних умов співпраці з постачальниками для уникнення переplat і забезпечення своєчасних розрахунків.

4. Фінансування та залучення капіталу:

– випуск акцій шляхом залучення капіталу через випуск додаткових акцій на фондовому ринку;

– облігаційні позики для залучення коштів через випуск облігацій;

– використання банківських кредитів або інших позикових коштів для фінансування поточної діяльності та інвестиційних проєктів.

5. Управління структурою капіталу:

– оптимізація співвідношення власного та позикового капіталу для мінімізації вартості капіталу та максимізації рентабельності;

– застосування фінансового левериджу шляхом залучення позикових коштів для підвищення прибутковості власного капіталу.

6. Реструктуризація та реорганізація:

– реструктуризація активів шляхом продажу або ліквідації непрофільних або неефективних активів для концентрації на основних напрямках діяльності;

– об'єднання з іншими підприємствами (злиття) або поглинання їх для розширення ринків, зменшення витрат та підвищення конкурентоспроможності;

7. Інновації та технологічний розвиток:

– інвестування у новітні технології для підвищення продуктивності та зниження витрат;

– постійні інвестиції в наукові дослідження та розроблення для створення нових продуктів та послуг.

8. Корпоративне управління:

– впровадження кращих практик корпоративного управління для забезпечення прозорості, підзвітності, довіри інвесторів та підвищення вартості підприємства;

– організація професійного менеджменту шляхом залучення кваліфікованих управлінців для ефективного керівництва підприємством.

Управління капіталізацією торговельних підприємств є надзвичайно важливим із огляду на збитковість діяльності окремих суб'єктів господарювання та підгалузей торгівлі, наявність непокритих збитків і навіть від'ємних значень власного капіталу в їх балансах, фінансова нестійкість, брак ліквідності тощо.

Збільшення капіталізації торговельних підприємств надає їм такі переваги:

– відновлення фінансової стійкості, що спростить доступ до отримання фінансових ресурсів (зокрема кредитів банків), дасть змогу формувати фінансові резерви для поглинання імовірних збитків, покриття непередбачені витрати; знизить ризик банкрутства;

– формування інвестиційних ресурсів для фінансування нових проєктів, технологій та інновацій, що сприятиме покращенню якості обслуговування споживачів товарів і послуг, а також підвищенню ефективності внутрішніх торговельних бізнес-процесів;

– розширення присутності на існуючих товарних ринках і забезпечення виходу на нові, що збільшуватиме їх потенційні доходи і знижуватиме залежність від конкретного товарного ринку;

– залучення кваліфікованого персоналу, зокрема керівного, шляхом пропозиції кращих умов праці, більш високого рівня заробітних плат, застосування гнучких форм матеріального і морального стимулювання, надання соціальних послуг тощо;

– зміцнення конкурентоспроможності, що дасть змогу більш агресивно конкурувати на товарному ринку із застосуванням стратегій, які потребують значних ресурсів для фінансування маркетингових кампаній, застосування методів цінової конкуренції тощо.

Ризико-орієнтований характер внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування торговельних підприємств ставить на порядок денний забезпечення належного рівня їх економічної безпеки. Наявність достатнього обсягу власного капіталу є запорукою зміцнення фінансової стійкості, досягнення лідерських позицій торговельного підприємства у конкурентному середовищі.

Однозначного визначення поняття «власний капітал» немає через різноманіття його функцій для окремих економічних суб'єктів зі специфічними інтересами: для власників (засновників) власний капітал відображає обсяг їх прав, для кредиторів – постає критерієм оцінювання надійності підприємства та гарантом виконання ним зобов'язань, для державних та муніципальних суб'єктів – слугує джерелом реалізації суспільних та регіональних інтересів.

Систематизація теоретичних концепцій управління власним капіталом корпоративного підприємства торгівлі дала змогу виділити основні з них:

1. Антикризовий менеджмент, відповідно до якого узагальнення чинників і джерел загрози фінансовій безпеці підприємств роздрібно торгівлі корпоративних мереж доцільно покласти в основу розрахунку необхідної величини концентрації власного капіталу. Зазначена концепція передбачає виявлення причин дефіциту власного капіталу, можливих сценаріїв його ліквідації, інструментів збільшення капіталізації з внутрішніх і

зовнішніх джерел для забезпечення безперервності функціонування торговельного підприємства.

2. Категорійний менеджмент – вплив на власний капітал підприємства торгівлі через вдосконалення бізнес-процесів. Вона дає змогу збільшити обсяг продаж і чистий прибуток, який може бути використано для споживання чи накопичення корпоративного підприємства торгівлі, але потребує комплексного охоплення практично всіх сторін його діяльності та внесення змін в організаційну структуру управління, в розподіл обов'язків між співробітниками, у відносини із постачальниками та систему моніторингу стану маркетингового середовища.

3. Інтегрований ризик-менеджмент передбачає адаптацію до конкретних організаційно-правових форм, видів економічної діяльності та специфіки господарювання підприємств галузі.

ВИСНОВКИ

У статті визначено генезис теорій капіталізації, що демонструє еволюцію економічної думки від простих ідей накопичення багатства до складних моделей, що враховують технологічні інновації, людський капітал та інституційні фактори. Показано, що розвиток окремих теорій відображає фундаментальне розуміння закономірностей формування, розподілення та використання капіталу для стимулювання економічного зростання та розвитку.

Встановлено, що капіталізація як економічна категорія є важливим індикатором фінансового потенціалу підприємств та ринків, похідною від теорій капіталу, вартості, ресурсів. Визначено основні форми капі-

лізації: фінансова, ринкова, внутрішня. Управління процесами й результатами капіталізації фокусується на врахуванні внутрішніх і зовнішніх чинників. Зазначена логіка дає змогу підприємствам адаптуватися до пост-індустріальних змін, підвищувати свою конкурентоспроможність та забезпечувати стійке зростання в умовах глобалізованої економіки.

Доведено, що ефективне управління капіталізацією підприємства включає комплексний підхід, який охоплює фінансове планування, управління інвестиціями, оптимізацію оборотного капіталу, залучення капіталу, реструктуризацію та впровадження інновацій. Застосування цих методів дає змогу підприємствам зростати, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Аргументовано, що збільшення капіталізації є стратегічним завданням для торговельних підприємств, яке забезпечує їх довгострокове зростання та розвиток на основі активізації інвестиційної діяльності шляхом оновлення активів, впровадження новітніх технологій, розширення асортименту товарів та підвищення ефективності діяльності.

Систематизовано концепції антикризового менеджменту, категорійного менеджменту, інтегрованого ризик-менеджменту, у рамках яких власний капітал корпоративного підприємства торгівлі розглядається основним джерелом зростання капіталізації. Їх практичне застосування потребує формалізації взаємозв'язку величини і рівня власного капіталу з індикаторами фінансового стану, оцінювання ризиків, діловою активністю і обсягом продаж.

Список використаних джерел

1. Барабаш Н.С., Никонович М.О., Міщенко А.О. Алгоритмізація комплексного аналізу діяльності підприємства торгівлі за критеріями якості його менеджменту. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2015. № 3. С. 107-112.
2. Максютя В.В. Корпоративна культура як основа підвищення продуктивності праці на підприємствах роздрібно торгівлі. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки*. 2013. № 6. С. 56-60.
3. Мельник О.В. Розвиток теорії стратегії капіталізації підприємства. *Вісник Університету банківської справи*. 2019. № 2-3. С. 41-46.
4. Мельник О.В. Теоретико-змістовна площина взаємозв'язку категорії капіталізації підприємства. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*. 2019. № 4. С. 83-94.
5. Сидорчук О.Г., Підлипний Ю. В. Мотиваційні новації як інструмент капіталізації торговельного підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2019. Т. 29. № 8. С. 88-92.
6. Ястремська О.М., Ястремська О. О. Капіталізація підприємств: теоретичний і практичний аспекти стану та процесу розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021. № 10. С. 273-283.

References

1. Barabash N.S., Nikonovych M.O., Mishchenko A.O. Algorithmization of the complex analysis of the activity of the trade enterprise according to the quality criteria of its management. *Problems and prospects of economics and management*. 2015. №. 3. pp. 107-112. [in Ukrainian].
2. Maksyuta V.V. Corporate culture as a basis for increasing labor productivity at retail enterprises. *Scientific Bulletin of the Poltava University of Economics and Trade. Ser. : Economic sciences*. 2013. №. 6. pp. 56-60. [in Ukrainian].
3. Melnyk O.V. Development of the theory of the capitalization strategy of the enterprise. *Bulletin of the University of Banking*. 2019. №. 2-3. pp. 41-46. [in Ukrainian].
4. Melnyk O.V. The theoretical and substantive plane of the relationship of the enterprise capitalization category. *Bulletin of the Kyiv National University of Technology and Design. Series: Economic sciences*. 2019. №. 4. pp. 83-94. [in Ukrainian].
5. Sydorchuk O.H., Pidlypny Yu.V. Motivational innovations as a tool for capitalization of a trading enterprise. *Scientific bulletin of NLTU of Ukraine*. 2019. Vol. 29. №. 8. pp. 88-92. [in Ukrainian].
6. Yastremska O.M., Yastremska O.O. Capitalization of enterprises: theoretical and practical aspects of the state and process of development. *Business Inform*. 2021. №. 10. pp. 273-283. [in Ukrainian].

Andrii DIAKUN

postgraduate student, State University Of Trade And Economics

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7564-6987>

e-mail: a.dyakun@knute.edu.ua

CAPITALIZATION OF A CORPORATE TRADE ENTERPRISE: THE GENESIS OF THE DEFINITION AND APPROACHES TO MANAGEMENT

The paper identifies the genesis of theories of capitalization, which demonstrates the evolution of economic thought from simple ideas of wealth accumulation to complex models that take into account technological innovation, human capital, and institutional factors. It is shown that the development of individual theories reflects a fundamental understanding of the laws of formation, distribution and use of capital to stimulate economic growth and development.

It was established that capitalization as an economic category is an important indicator of the financial potential of enterprises and markets, derived from the theories of capital, value, and resources. The main forms of capitalization are defined: financial, market, internal. Management of capitalization processes and results focuses on taking into account internal and external factors. This logic allows enterprises to adapt to post-industrial changes, increase their competitiveness and ensure sustainable growth in the conditions of a globalized economy.

It has been proven that the effective management of the capitalization of the enterprise includes a comprehensive approach that covers financial planning, investment management, optimization of working capital, capital attraction, restructuring and implementation of innovations. The use of these methods allows enterprises to grow and increase their competitiveness.

It is argued that the increase in capitalization is a strategic task for trade enterprises, which ensures their long-term growth and development based on the activation of investment activities by renewing assets, introducing the latest technologies, expanding the range of goods and improving the efficiency of operations.

The concepts of anti-crisis management, category management, and integrated risk management are systematized, within the framework of which the equity of a corporate trading enterprise is considered the main source of capitalization growth. Their practical use requires the formalization of the relationship between the amount and level of equity capital with indicators of financial status, risk assessment, business activity and sales volume.

Keywords: *genesis, definitions, capitalization, corporate enterprise, trade*