

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ФІНАНСІВ

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

ЕМІСІЙНА ПОЛІТИКА КОРПОРАЦІЇ

Студента 2-го курсу денної форми навчання
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та
страхування»

освітньо-наукової програми
«Фінанси публічного сектору»

Ковальчука Ігоря Сергійовича

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент

Кнір Марія Олександрівна

Засвідчую, що в цій дипломній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних посилань

Студент _____

Робота допущена до захисту в Екзаменаційній комісії рішенням кафедри
фінансів від «11» травня 2022 р., протокол № 12.

Завідувач кафедри фінансів,
доктор економічних наук, професор
Лютий Ігор Олексійович _____

Київ – 2022 р.

Зміст

ВСТУП.....	6
.	
РОЗДІЛ 1 СУТНІСТЬ І ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ЕМІСІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КОРПОРАЦІЇ.....	9
1.1 Поняття і види емісії цінних паперів.....	9
1.2 Сутність емісійної політики корпорації.....	16
1.3 Е т а п и е м і с і ї ц і н н и х паперів.....	21
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕМІСІЙНОЇ ПОЛІТИКИ BRITISH PETROLEUM.....	28
.	
2.1 Характеристика діяльності корпорації.....	28
2.2 . А н а л і з ф і н а н с о в о г о с т а н у корпорації.....	37
2.3 Особливості емісійної політики корпорації.....	48
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕМІСІЙНОЇ ПОЛІТИКИ BRITISH PETROLEUM	55
3.1 . Ш л я х и в д о с к о н а л е н н я е м і с і й н о ї діяльності.....	55
.	
3.2. Оцінка економічної ефективності пропонованих заходів.....	60
ВИСНОВКИ.....	66
...	
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	69

ВСТУП

Актуальність теми. Світові корпорації стали важливою частиною сучасного економічного ландшафту, які разом із національними державами, неурядовими організаціями, а також міжнародними економічними організаціями є творцем процесу глобалізації та його бенефіціаром. Важливим у діяльності сучасної корпорації є розробка ефективної емісійної політики та відповідно збільшення прибутковості власних акцій.

Емісійна політика корпорації спрямована на збільшення обсягу залучення власних інвестиційних ресурсів із зовнішніх джерел та покликана забезпечити ту їх частину, яку вдалося сформувати з допомогою внутрішніх джерел фінансування. Якщо сума залучених з допомогою внутрішніх джерел власних інвестиційних ресурсів повністю забезпечує загальну потребу у яких у плановому періоді, то залученні цих ресурсів з допомогою зовнішніх джерел немає необхідності.

З практичної позиції основною метою емісійної політики сучасної корпорації є залучення на фондовому ринку необхідного обсягу власних ресурсів у мінімально можливих термінах, а емісійна політика підприємства є частиною загальної політики формування власних ресурсів, що полягає у забезпеченні залучення необхідного їх обсягу з допомогою випуску та розміщення на фондовий ринок власних акцій.

Теоретичним аспектам емісійної політики корпорацій присвячені праці таких авторів вітчизняних та зарубіжних вчених як: Бершадський А.О.,

Юрчишена Л.В., Базилевич В. Д., Приказюк Н. В., Лобова О. М., Варналій З. С., Мехед А. М. та ін.

Водночас, дослідженню сучасного стану емісійної політики корпорацій як у світі так і в Україні, обґрунтування основних проблем та закономірностей їх розвитку у науковій літературі останніх років приділялось недостатньо уваги.

Метою роботи є дослідження сучасного стану і узагальнення практичних пропозицій щодо вдосконалення емісійної політики корпорації на прикладі компанії British Petroleum.

Відповідно до вказаної мети в роботі поставлені такі *завдання*:

- дослідити поняття і види емісії цінних паперів
- визначити сутність емісійної політики корпорації
- розглянути основні етапи емісії цінних паперів
- зробити характеристику діяльності корпорації British Petroleum
- провести аналіз фінансового стану корпорації British Petroleum
- дослідити особливості емісійної політики корпорації British Petroleum
- запропонувати основні шляхи вдосконалення емісійної діяльності British

Petroleum

- провести оцінку економічної ефективності пропонованих заходів

Об'єктом дослідження є закономірності емісійної політики міжнародних корпорацій.

Предмет дослідження – емісійна політика корпорацій на прикладі діяльності компанії British Petroleum.

У роботі використано наукові *методи дослідження*: системний, статистичний, історичний, порівняльний, наукової абстракції, індукції, дедукції, прогнозування, аналізу і синтезу.

Методологічну і теоретичну основу роботи складають напрацювання українських і зарубіжних науковців з приводу здійснення емісійної політики корпораціями, фінансова звітність компанії British Petroleum, статистичні дані міжнародних нафтових ринків та фінансових бірж.

Інформаційну основу роботи становлять законодавчі і нормативно-правові акти, які регулюють діяльність нафтових компаній, дані офіційного сайту компанії British Petroleum. У роботі також використано дані монографічних і періодичних видань, матеріали науково-практичних конференцій.

Практична значущість дипломної роботи полягає в тому, що результати дослідження, які були зроблені в ході написання дипломної роботи можуть використовуватись у практичній діяльності компанії British Petroleum та на державному рівні.

Дипломна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ СУТНІСТЬ І ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ЕМІСІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КОРПОРАЦІЇ

1. Поняття і види емісії цінних паперів

Під емісією цінних паперів розуміється встановлена послідовність дій емітента щодо розміщення емісійних цінних паперів. За логікою вищезгаданого визначення виходить, що процедура складається виключно з дій емітента. Це дало деяким авторам наукової літератури кінця 90-х минулого століття вважати, що якщо емісія – це дії однієї особи в регульованій цивільним правом сфері, які призводять до виникнення цивільних правовідносин, то це типова угода [1, с. 36].

Наприклад, В.К. Андреев вказував, що «емісія цінних паперів – одностороння угода. Вона створює обов'язки для емітентів (для акціонерного товариства, іншої юридичної особи, державних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування)».

Аналогічного погляду дотримувався М.І. Брагинський, який відносив емісію цінних паперів до односторонніх угод, «оскільки їхнього вчинення відповідно до законом, іншими правовими актами чи угодою сторін необхідне і вираз волі однієї сторони».

Інший позиції дотримується І.В. Редькін. На його думку, емісія цінних паперів з юридичної точки зору є «сукупністю одно- та багатосторонніх угод, а також адміністративних актів, що здійснюються у формі і послідовності (процедура емісії), що вказується законодавством, об'єднаних загальним наміром емітента випустити цінні папери в обіг».

Таке розуміння емісії цінних паперів підтримує Г.М. Шевченка, яка справедливо стверджує, що «емісія – це складне юридичне явище, яке не може бути зведене до одностороннього правочину; це послідовність дій емітента, що включає різні юридичні факти, зокрема односторонні угоди, адміністративні

акти, цивільно-правові договори. Волевиявлення однієї сторони явно замало у тому, щоб емісійні цінних паперів було розміщено» [2, с. 19-23].

В обґрунтування поданої позиції А.Ю. Синенко наводиться наступний аргумент: одним із етапів процедури емісії цінних паперів є їхнє розміщення.

Кінцевим результатом – метою здійснення емісії цінних паперів, зазвичай, є залучення додаткових інвестиційних коштів, необхідні розширеного відтворення. Сутність емісії цінних паперів полягає у задоволенні головним чином економічних потреб громадян та юридичних осіб шляхом залучення інвестицій.

Для досягнення цілей емісії потрібне виникнення послідовності низки юридичних фактів. Частина фактів, що становлять емісію, вже згадувалося: одно- та багатосторонні угоди, а також адміністративні акти. Перші відбуваються головним чином етапі розміщення цінних паперів, опосередковуючи процес їх відчуження. До адміністративних актів прийнято відносити владні рішення державні органи управління (у процесі емісії це – рішення про реєстрацію випуску цінних паперів, і навіть звіту про результати їх розміщення).

У ході емісії емітент здійснює дії, правовий зміст яких не дозволяє однозначно кваліфікувати їх як правочини чи адміністративні акти. У зв'язку з чим, перелік юридичних фактів, що становлять емісію цінних паперів, має бути розширено. До таких дій, перш за все, слід віднести прийняття органом управління емітента рішень про збільшення статутного капіталу, про випуск цінних паперів або про затвердження звіту про підсумки випуску. Приймаючи те чи інше рішення, емітент оформляє умови емісії цінних паперів, створює підстави для подальших дій щодо її реалізації або затверджує результати емісії.

Таким чином, емісія цінних паперів є складним юридичним складом, що складається з низки послідовно виникаючих юридичних фактів. Тільки повна сукупність цих юридичних фактів призводить до правового результату – розміщення, часом допуску емісійних цінних паперів до вільного обороту і,

звісно ж, досягненню майнових, корпоративних чи особистих цілей емітентів і інвесторів [3, с. 9-102].

Слід розрізняти поняття «емісія» та «випуск акцій». Випуск акцій - це зареєстрована у порядку сукупність акцій одного емітента з однією державним реєстраційним номером, які можуть мати різні умови емісії, але надавати однакові права. Емісія акцій - сукупність дій емітента щодо здійснення підписки на акції, тобто заходи від ухвалення рішення про випуск акцій до реєстрації їх випуску. Іншими словами, статутний капітал пов'язаний із поняттям випуску акцій, а процедура його формування – з емісією. Таким чином, емісія та випуск власних акцій насамперед пов'язані з формуванням власного капіталу, втіленого на даному етапі у статутному капіталі.

Процес емісії включає такі етапи [4, с.29-32]:

- прийняття загальними зборами АТ рішення про розміщення цінних паперів;
- прийняття емітентом (затвердження радою директорів) рішення про випуск цінних паперів;
- підготовку проспекту емісії цінних паперів;
- реєстрацію випуску та проспекту емісії;
- розкриття інформації, що міститься у засобах масової інформації;
- виготовлення сертифікатів цінних паперів;
- розміщення емісійних цінних паперів;
- реєстрацію звіту про результати випуску цінних паперів;
- розкриття інформації, що міститься у звіт-повідомленні, у засобах масової інформації;
- реєстрацію змін до статуту.

Власники привілейованих акцій (на відміну від власників простих акцій) отримують гарантовані дивіденди у вигляді фіксованого відсотка та номіналу акції та у вигляді твердої абсолютної суми. Дивіденди їм виплачуються після виплат власникам облігацій, але до власників звичайних акцій. Привілейована акція не дає права на управління компанією, а в окремих обумовлених випадках

вона може бути відкликана (викуплена) у власників за заздалегідь встановленими цінами, наприклад, у зв'язку з несподіваним зростанням їхньої курсової вартості. Викупуваються і прості акції, але з інших причин, наприклад, для запобігання поглинання іншою фірмою, коли менеджери намагаються переконати акціонерів та інвесторів у тому, що акції недооцінені на ринку. Через війну ціни ці папери різко зростають. У певному сенсі привілейовані акції можна охарактеризувати як безцінну облигацію. Вони також можуть містити умови конвертованості в інші цінні папери, як правило, у прості акції [5, с.117-120].

Акції зазвичай не зберігаються на руках у власників, навіть якщо вони випущені у паперовій формі. Прийнято право акціонера частку власності компанії фіксувати у вигляді єдиного сертифіката, у якому зазначено ім'я інвестора і кількість належних йому акцій. Такий сертифікат разом з даними про власника реєструється в облікових книгах компанії. Процес обігу акції відображається у вигляді погашення сертифікатів колишніх власників та видачі інших сертифікатів новим акціонерам. Сертифікат не слід плутати із бланком акції.

Акція дає її власнику декларацію про отримання певної частини прибутку АТ як дивідендів. Звичайні акції не мають гарантованих дивідендів, оскільки всі питання, пов'язані з їхньою виплатою, вирішує рада директорів компанії. Вона може скасувати виплату дивідендів, визнавши за доцільне інвестування прибутку у виробництво. Цей недолік звичайної акції компенсується надзвичайно важливою перевагою: можливістю її власника голосувати на зборах акціонерів. Що більше звичайних акцій на руках, то більша влада акціонера в компанії. Проте за ліквідації АТ, наприклад, у результаті банкрутства, власники звичайних акцій отримують залишки розданого кредиторам майна у останню чергу [6]. Відповідальність за вдале керівництво бізнесом зрештою лягає на його власників – акціонерів.

Найважливішою характеристикою акції, як будь-якого виду товару, є її ціна. Розрізняють кілька різновидів ціни акції. Номінальна вартість (традиційно

застосовується термін «вартість», але не науковому сенсі) вказується на самій акції, але будь-якого значення в розрахунках її номінальної вартості не має. Вона використовується для обліку. У деяких країнах, наприклад, США, акції можуть випускатися без номінальної вартості. Для їх проведення за бухгалтерськими рахунками використовують так звану оголошену вартість, яка відображається (оголошується) у проспекті емісії.

Ринкова (курсова) вартість - найважливіший різновид грошової оцінки цінного паперу, оскільки саме вона використовується для купівлі та продажу акцій. Найчастіше ця ціна визначається як базований дохід.

Крім того, ринкова ціна акції, як і будь-якого цінного паперу, відображає компроміс для її власника між ризиком вкладення в нього та очікуваними дивідендами [7, с.36-39].

Особливо слід назвати так звану дійсну вартість акції. Вона має значення інвестора, мета якого - отримання дивіденду, і визначається з очікуваних доходів як дивідендів. Такий папір інвестор розглядає як капітал, який приносить відсотки. Справжня вартість порівнюється з курсом (ринковою ціною) акції, і в результаті робиться висновок про доцільність її придбання чи подальше володіння.

Ринкова вартість акції формується на організованому та відкритому фондовому ринку в умовах конкуренції під впливом безлічі факторів макро- та мікрорівня [8].

Для компаній, чиї акції звертаються або обмежено звертаються на фондовому, процес формування вартості акцій істотно відрізняється від формування вартості акцій, що вільно обертаються. [9, с. 45].

Підкреслимо, що акції як титул ділової власності на капітал акціонерної компанії, виражений майном та іншими активами, надають акціонерам-інвесторам певні права, дозволяють власнику не лише керувати діяльністю акціонерної компанії, а й отримувати частину прибутку у вигляді дивідендних виплат [13].

Наступним дослідимо основні види емісії цінних паперів.

По черговості

- Первинна - відбувається у тому випадку, якщо компанія випускає цінні папери вперше або проводить вперше емісію певних їх типів чи видів.
- Вторинна — папери розміщуються над ринком повторно.

За методом розміщення

- Підписка - розміщення цінних паперів здійснюється згідно з підписаним договором купівлі-продажу, застосовується для акцій та облігацій.
- Розподіл — цінні папери може одержати лише певне коло осіб. Даний метод розміщення застосовується лише до акцій, розподіляти таким чином облігації неможливо.
- Конвертація — цінні папери не продаються, натомість відбувається обмін. Цей спосіб можна використовувати навіть облігацій.

По формі

- Відкрита – цінні папери може придбати будь-який бажаючий.
- Закрита — цінні папери доступні лише певному колу осіб.

Акції можна розміщувати трьома методами, включаючи розподіл.

Існує кілька видів випуску, кожному притаманні власні ознаки, отож по черговості емісія буває:

- первинна (IPO) - емітент випускає цінні папери вперше або перший випуск конкретного виду інструмента;
- вторинна – повторне розміщення цінні папери на додаток до існуючих (Follow-on).

Існує також вторинне розміщення (SPO), під яким найчастіше під ним розуміють випуск на біржу паперів, що належать акціонерам або засновникам компанії.

Підсумовуючи всі вищенаведені аргументи, можна сформулювати таке визначення емісії цінних паперів: емісія цінних паперів – сукупність цивільно-правових угод, адміністративних актів, організаційно-розпорядчих дій, а також

дій, що їх забезпечують (зміст емісії), що здійснюються емітентом іншими особами у порядку їм встановленому формі, послідовності та у строки (процедура емісії), та спрямованих на розміщення або обіг цінних паперів, а в кінцевому рахунку – на задоволення економічних потреб громадян, юридичних осіб та (або) держави.

2. Сутність емісійної політики корпорації

Одним з основних методів залучення коштів корпорацій є випуск акцій. Додаткові акції можуть випускатися з різних причин, щоб акціонерна компанія могла отримати додаткові кошти.

Число випущених акцій та сплачувана ціна за них будуть різними у різних випусках. Залучення коштів на фондовому ринку шляхом емісії акцій потребує ретельної підготовки спеціального документа – проспекту емісії, а часто й звернення до професійних учасників ринку цінних паперів, що передбачає чималі витрати. У світовій практиці відомі різні способи розміщення цінних паперів: продаж безпосередньо інвесторам за підпискою; продаж через інвестиційні інституції; розміщення акцій брокерами через фондову біржу тощо.

Корпорація як емітент провадить відповідну політику. Емісійна політика – це сукупність організаційно-технічних, інформаційних консультаційних та інших процедур, спрямованих на швидке та максимально вигідне залучення додаткового акціонерного капіталу для розвитку корпорації. З позицій корпоративних фінансів метою корпоративної політики є залучення із фондового ринку необхідного обсягу грошових ресурсів у мінімально можливі терміни [13].

Виходячи з цієї мети, емісійна політика корпорації є частиною загальної інвестиційної стратегії із залучення додаткового обсягу коштів за рахунок випуску та розміщення на ринку цінних паперів власних акцій.

Розробка ефективної емісійної політики корпорацій включає такі етапи:

1. Вивчення можливостей ефективного розміщення передбачуваної емісії акцій на основі попереднього аналізу кон'юнктури фондового ринку та оцінки інвестиційної привабливості своїх акцій. У ході аналізу вивчається попит та пропозиція на акції, динаміка цін на них, рівень котирувань, обсяг продажу тощо. В результаті виявляється чутливість фондового ринку на появу нових емісій акцій та можливість реалізації їх інвесторам. Оцінка інвестиційної привабливості акцій проводиться з урахуванням перспектив розвитку галузі, до якої належить емітент, конкурентоспроможності своєї продукції (наданих послуг), а також низки економічних, фінансових показників діяльності емітента порівняно з іншими аналогічними емітентами.

2. Визначення цілей емісії акцій. Ці цілі мають бути достатньо обґрунтовані з позиції майбутнього розвитку емітента та можливостей суттєвого підвищення курсової вартості його цінних паперів. Основними цілями емітентів, які вдаються до додаткової емісії акцій як джерела поповнення власного капіталу, є: реальне інвестування; необхідність поліпшення структури капіталу з допомогою збільшення частки власного капіталу у його обсязі; поглинання інших компаній для отримання ефекту синергізму (додаткових економічних переваг); інші цілі, що вимагають швидкої мобілізації значного обсягу власного капіталу.

3. Визначення обсягу емісії, виходячи з розрахованої потреби у власних фінансових ресурсах.

4. Встановлення номіналу, видів та кількості емітованих акцій.

5. Оцінка вартості акціонерного капіталу, що залучається. Це здійснюється, як правило, за двома параметрами:

1) прогнозного рівня дивідендів;

2) витрат з випуску та розміщення акцій. Розрахункову вартість акціонерного капіталу, що залучається, порівнюють з його фактичною середньозваженою вартістю та середнім рівнем процентної ставки за кредитами, після чого і приймають остаточне рішення про емісію акцій.

6. Вивчення ефективних форм гарантованого розміщення цінних паперів. Широке поширення нині отримав такий спосіб залучення зовнішнього фінансування, як проведення публічного розміщення акцій на фондовій біржі (IPO – Initial Public Offering). IPO є досить складним комплексом організаційних, юридичних та фінансових процедур, у яких крім корпорації та потенційних інвесторів задіяно багато посередників. Головне завдання IPO – це отримання корпораціями довгострокових інвестицій у максимально необхідному обсязі за мінімальних витрат на розміщення цінних паперів [14, с. 2-15].

Одним із найбільших емітентів цінних паперів на сьогоднішній день є транснаціональні компанії, акції яких в основному котируються на фондових біржах. Отож більш детально дослідимо їхню емісійну політику.

Транснаціональні корпорації – це підприємства, які провадять свою діяльність у багатьох країнах світу. З урахуванням їх зростання частки на світовому ринку та з їхніми фінансовими можливостями цілеспрямовано проводити емісію цінних паперів не на локальних вітчизняних фондових біржах, а на майданчиках, що займають лідируючі позиції у світовій фінансовій системі.

Ключова аргументація таких дій – використання всіх фінансових можливостей тих інвесторів, які перебувають на світових фондових біржах. Основними майданчиками більшості ТНК світового масштабу стали Нью-Йоркська та Лондонська фондова біржа.

Виходячи з цього, емісійні операції ТНК на світовому фондовому ринку є складовою тенденцією сучасної економічної моделі, що характеризується такими факторами:

- 1) зростання тісного взаємозв'язку між національними та іноземними суб'єктами ділової активності;
- 2) зростання обороту грошових коштів та капіталу на світовому ринку;
- 3) збільшення ролі товарних та фондових бірж для торгових операцій;
- 4) розвиток електронної системи торгівлі на біржовому ринку.

Як видно, основним фактором для зростання значення та обсягу світового фондового ринку є діяльність ТНК. По-перше, їхня роль у міжнародній торгівлі стає причиною глобалізації всієї світової економічної системи. ТНК стають причиною не лише економічної глобалізації, а й фінансової через фондові майданчики світу. Суть у цьому, основна тенденція при емісії цінних паперів – їх розміщення провідних фондових біржах. Наприклад, ТНК може мати материнський капітал та основні виробничі потужності в Україні, але її акції та корпоративні облигації будуть розміщені на Лондонській фондовій біржі, щоб залучити інвесторів з усього світу.

Завдяки розвитку фондового ринку, ТНК отримали можливість вибирати будь-який зручний для себе майданчик, де потенціал для них буде максимальним. Це робить емісію цінних паперів більш вигідною для ТНК, ніж емісія паперів на вітчизняному ринку, де можуть бути обмеження щодо потенційного розміру фінансового капіталу приватних інвесторів та інституційних суб'єктів.

На світовому фондовому ринку ТНК найчастіше проводять розміщення таких цінних паперів, як акції та корпоративні облигації. З цілей емісійної політики ТНК, проводиться емісія певного типу цінних паперів [15]. Емісія акцій чи корпоративних облигацій залежить лише від цього, яку мету ставить ТНК, проводячи емісійні операції у світовому фондовому ринку, що вважатимуться вирішальним кроком.

Процедура емісії акцій ТНК відбувається у кілька етапів:

1. Засновники компанії, що входить до складу ТНК, ухвалюють рішення про розміщення акцій.
2. Затверджується рішення щодо випуску акцій організації.
3. Здійснюється державна реєстрація емісії акцій (залежно країни, де знаходиться обрана фондова біржа).
4. Зареєстровані акції розміщуються згідно з рішенням засновників.
5. Звіт про випуск та розміщення проходить реєстрацію в органі нагляду країни, де будуть розміщені ці акції.

Первинне розміщення акцій є важливим кроком для діяльності будь-якої ТНК, оскільки виводить її на новий рівень розвитку та вимагає від неї стати публічною та прозорою компанією. З іншого боку, такий крок є чудовою підмогою для нового витка розвитку компанії та зростання її виробничої діяльності, обсягу ринку та корпоративного іміджу.

Ключовими завданнями емісії цінних паперів ТНК будуть залучення додаткових фінансових коштів на позикових умовах (якщо йдеться про випуск облігацій) або збільшення статутного капіталу (якщо йдеться про випуск акцій) [16]. У свою чергу емітент, який випускає цінні папери від свого імені, має певні зобов'язання перед власниками активів щодо здійснення прав, закріплених цінними паперами.

Серед основних цілей емісії акцій ТНК слід виділити такі [17, с.206-211]:

- Створення нового підприємства у холдинговій структурі ТНК чи збільшення власного капіталу шляхом випуску акцій.
- Залучення позикового капіталу реалізації завдання через випуск боргових цінних паперів (корпоративні облігації).
- Зміна структури капіталу корпорації, перерозподіл власного капіталу між різними групами власників, які брали участь у формуванні бізнес-процесів.
- Реструктуризація корпоративної заборгованості покриття боргових зобов'язанням шляхом випуску нових боргових паперів (відстрочка боргу).
- Погашення кредиторської заборгованості шляхом надання кредиторам частини випущених цінних паперів. У цьому процесі відбувається обмін боргів на пайові акції.
- Фінансування інвестиційних проектів щодо розширення діяльності ТНК.
- Фінансування процесу угоди злиття чи поглинання над ринком M&A.

Виділяючи ці основні цілі емісійної політики ТНК, варто було б відзначити основну з них, актуальну на сьогоднішній день – це фінансування процесу угоди поглинання на ринку М&А. Враховуючи масштаби діяльності ТНК, одним із ключових завдань менеджменту є розширення діяльності та частки ринку шляхом поглинання дрібніших компаній [18, с.37-54].

Емісійні операції ТНК здатні викликати як позитивну, і негативну реакцію своїх інвесторів. Іноді дії, націлені на позитивні процеси, можуть викликати негатив в очах акціонерів компанії та привести до зниження ринкової капіталізації вартості ТНК.

1.3 Етапи емісії цінних паперів

У процесі проведення емісії цінних паперів беруть участь різні організатори розміщення: біржа, банкіри, фінансові та юридичні консультанти, андеррайтер, букранер тощо. При цьому вибрати оптимальний час для проведення IPO як з точки зору самої компанії, так і з точки зору ринку – досить важке завдання для власників компанії та для професійних консультантів з операцій з цінними паперами.

Як вибрати правильний момент для проведення емісії цінних паперів - одне з найчастіших питань, яким задаються керівники великих компаній. Це підкреслює актуальність та затребуваність знань у цій галузі. При цьому кількість наукових праць та літератури на цю тему дуже обмежена, що пояснюється закритістю сфери інвестиційних консультантів.

Абсолютна більшість пов'язує вибір найкращого часу щодо емісії цінних паперів з аналізом «хвиль IPO». "Хвилі" можуть бути викликані різними факторами. Серед основних факторів можна виділити такі: попередня дохідність, асиметрія інформації між фірмою, інвестором та андеррайтером, технологічні зміни, поява послідовників (копіювальників) лідерів ринку.

Так, у 2005 р. Альті розробив модель поширення інформації в ході проведення IPO [19]. В основі цієї моделі лягли висновки про те, що проведене

«ІРО-піонер» стимулює подальші публічні розміщення. А його ціна дуже впливає на ціноутворення «ІРО послідовників». Така реакція пояснюється тим, що поширена інформація про минулих ІРО зменшує невизначеність щодо загальних факторів оцінки наступних і робить їх розміщення дешевшим. Інакше кажучи, успішно проведений ІРО говорить про існування високого попиту на ринку з боку інвесторів. Поширення інформації про це своєю чергою надає сильний побічний ефект – підйом ринку. Тобто, якщо пропозиція ціни акції на ІРО у цьому місяці перевищує початкові очікування, а саме, розміщується по верхній межі цінового діапазону, то обсяг ІРО у наступні місяці різко збільшиться і навпаки. Таким чином, згідно з моделлю Альті, що утворюються «хвилі ІРО», як результат сукупності дій всіх поінформованих інвесторів, виникають і розвиваються ендегенно.

У світовій практиці вихід компаній на фондовий ринок є одним з основних інструментів залучення додаткового фінансування, тоді як в Україні популярність ІРО лише набирає обертів. На думку, зростання популярності ІРО пов'язаний, передусім, із формуванням нових умов розвитку російської економіки [20].

Звернемося до процесу проведення емісії цінних паперів. Його основні етапи представлені рисунку 1.5

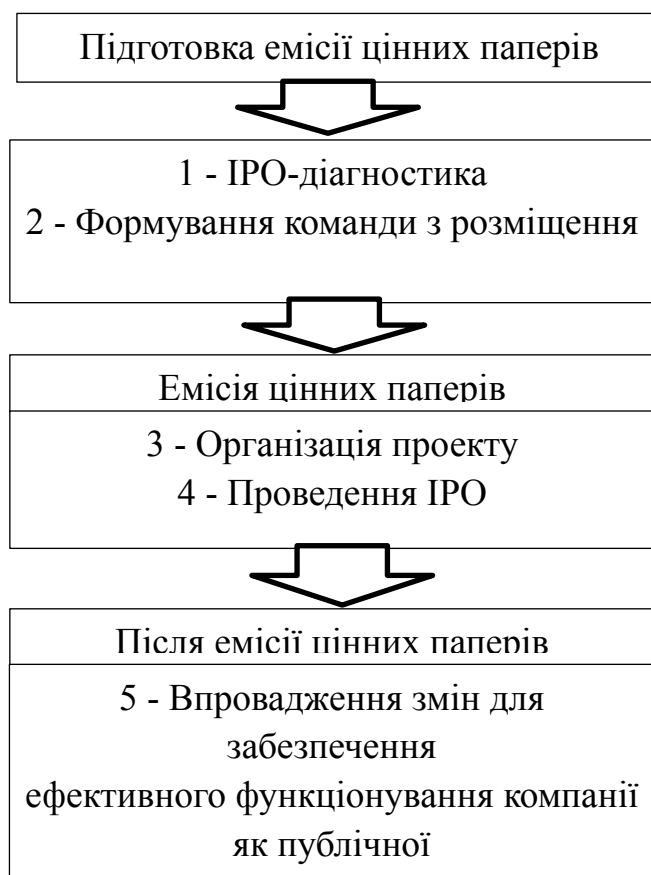


Рис. 1.1 – Основні етапи проведення емісії цінних паперів

Джерело: Складено автором на основі [20]

Важливим етапом підготовки до емісії цінних паперів є IPO-діагностика. Проведення IPO-діагностики дозволяє компанії проаналізувати принципово важливі аспекти успішного проведення операції та оптимізувати свої внутрішні процеси. Першим ключовим аспектом є вдосконалення корпоративного управління. Приваблива фінансова звітність – необхідний елемент корпоративного управління. У ході підготовки до публічного розміщення компанія систематизує свою фінансову інформацію за три попередні роки для включення до проспекту емісії. Облікова політика має відповідати правилам розкриття, обов'язковим для громадських компаній (стандарти IFRS та US GAAP). Особливе місце у підготовці проспекту емісії має займати розділ «Аналіз результатів фінансово-господарської діяльності керівництва компанії (MD&A)», в якому міститься обговорення якісних та фінансових характеристик результатів діяльності компанії (зміна обсягів продажу та структури витрат, позиції щодо ліквідності та джерел капіталу, оцінка ризиків, джерела отримання коштів та ін.).

Необхідно відзначити, що процес удосконалення корпоративного управління також охоплює створення та впровадження об'єктивної системи прогнозування та бюджетування, запровадження незалежних директорів до складу ради, створення сильної управлінської команди.

Другим ключовим аспектом є вибір біржового майданчика щодо емісії цінних паперів. До світових біржових майданчиків відносяться NASDAQ та AIM (підрозділи NYSE та Лондонської фондової біржі (LSE) відповідно), Московська біржа, Гонконгська фондова біржа (HKEx), Deutsche Borse та ін. Основними критеріями, що впливають на вибір місця розміщення акцій, є: обсяг розміщення, цільова група інвесторів, фінансові показники емітента та

його публічна історія, термін проекту, обсяг витрат та ін. відповідні витрати на реалізацію проекту [21].

До етапу підготовки до емісії цінних паперів також входить формування команди з розміщення. Структура команди для проведення емісії цінних паперів може бути різною, однак у загальному вигляді вона складається з наступних учасників: андеррайтер/лід-менеджер, юридичний консультант компанії, юридичний консультант андеррайтера, незалежний аудитор та PR-агенція. Провідна роль під час емісії цінних паперів належить андеррайтеру, якою найчастіше виступає великий інвестиційний банк. Андеррайтер готує аналітичні матеріали, розробляє план та схему емісії цінних паперів, взаємодіє з регулюючими органами, формує книгу заявок, надає послуги під час проведення Road Show тощо.

Рейтинг найкращих андеррайтерів 2021 року представлений у таблиці 1.2

Нерідко компанія-емітент вдається до послуг спеціалізованих фірм зв'язків із громадськістю (PR). Основні завдання PR-фірм – це надання послуг під час проведення Road Show, підтримка контакту з майбутніми інвесторами та ЗМІ, проведення різноманітних презентацій та заходів, спрямованих на підвищення зацікавленості серед громадськості до цієї компанії та її бренду.

Таблиця 1.2

Топ-10 андеррайтерів 2021

Місце	Андеррайтер	Залучено (млн. дол.)
1	Poalim I.B.I.	12310.41
2	Leader	12181.05
3	Discount Capital Underwriting	8409.93
4	Orion Underwriting And Issuances	6392.78
5	Value Base	6015.28
6	Leumi Partners Underwriters	6284.05
7	Epsilon Underwriting & Issuing	5280.01
8	Rosario Underwriting Services	5287.72
9	Barak Capital Underwriting	4855.83

10	InFin Capital	2803.77
11	Excellence Underwriting	2826.40
12	Apex	900.162
13	Menora Mivtachim Underwriters	1676.20

Джерело: Складено автором на основі [22]

Вихід на біржу є багатоступінчастим процесом, який охоплює великий сегмент складних завдань: збір необхідних фінансових даних, маркетингової інформації та різних відомостей про діяльність компанії; проведення фінансової та юридичної перевірки фінансово-господарської діяльності компанії (due diligence); підготовку проспекту емісії; проведення маркетингової кампанії та пропозиція акцій на продаж у ході Road Show [26, с. 10]. Цей процес закінчується продажем всіх акцій, що розміщуються, і отриманням компанією доходу.

На момент виходу на біржу передбачається, що компанія-емітент вже закінчила всі необхідні організаційно-правові та фінансові процедури для набуття статусу публічної компанії. Схема виходу фірмою біржу наведена на рисунку 1.6

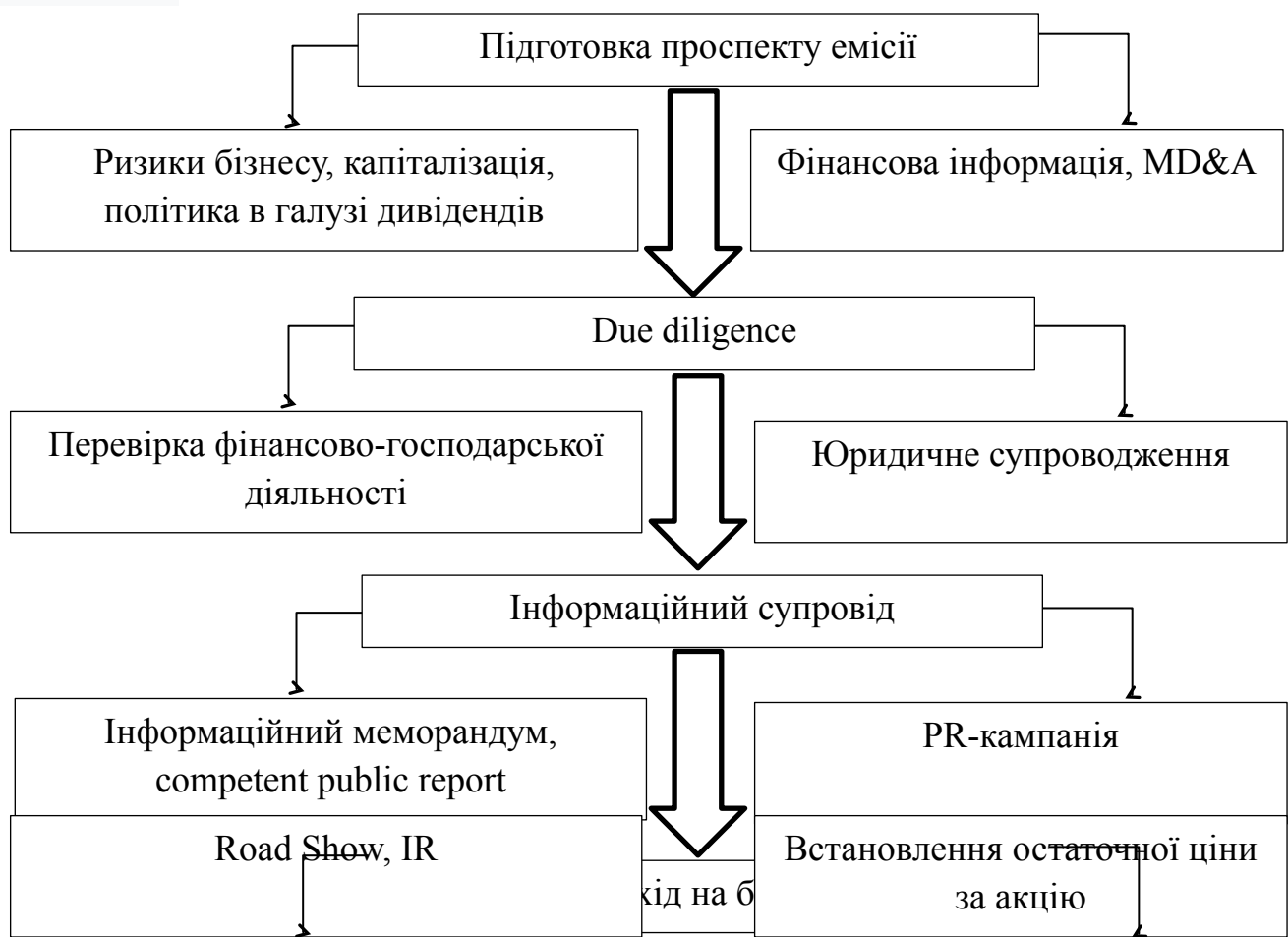


Рис. 1.2 – Схема виходу біржу під час емісії цінних паперів

Джерело: Складено автором на основі [23]

До основних чинників, що впливають на вибір часу емісії цінних паперів, ставляться як готовність самої компанії, і кон'юнктура ринку. Нерідко від останнього чинника залежить рівень успішності розміщення. Існують такі періоди, коли на ринку спостерігається низька активність (різдвяні канікули, травневі свята) або ринок вже «переситився», тому не готовий достатньою мірою прийняти нову «порцію» акцій.

Наприкінці, на наш погляд, необхідно відзначити, що емісія цінних паперів – це не завершення, а лише початок шляху для компанії. Коли компанія стає публічною, вона привертає до себе більшу увагу і у неї виникає набагато більше зобов'язань, які вона має виконувати. Будь-яке невиконання компанією покладених зобов'язань може скомпрометувати її в очах громадськості, інвесторів та аналітиків та спричинить відповідні санкції аж до зниження ціни на акцію.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕМІСІЙНОЇ ПОЛІТИКИ BRITISH PETROLEUM

2.1 Характеристика діяльності корпорації

Група BP (British Petroleum) була заснована в 1909 після відкриття запасів нафти в Аравійському світі (на території сучасного Ірану) під назвою «Англо-перська нафтова компанія» як компанія Британської імперії.

Англо-перська нафтова компанія була створена для того, щоб взяти на себе управління та профінансувати концесію на нафтове родовище, надану іранським урядом англійському інвестору Вільям Нокс Д'Арсі. Перші успішні нафтові свердловини були пробурені в Масджед Солейман, а сиру нафту було переправлено на нафтопереробний завод, побудований в Абадані, звідки в березні 1912 р. було експортовано першу партію нафти. Були збудовані інші іранські родовища та нафтопереробні заводи, і до 1938 р. найбільший нафтопереробний завод у світі. Концесію було переглянуто у 1933 р., ненадовго призупинено у 1951–1953 рр. та відновлено 1953 р. у консорціумі з іншими нафтовими компаніями [24].

У 1914 році британський уряд став основним акціонером компанії та залишився таким. З 1 січня 1955 року British Petroleum стала холдинговою компанією. У 1954 році компанія була змушена розширити свої запаси нафти в Північному морі та на Алясці і була перейменована на British Petrol через процес націоналізації в Ірані. З моменту свого заснування BP була компанією, орієнтованою на весь світ, з акцентом на Америку та Європу, тому що вона виробляла товари, від яких залежало багато країн і які не могли вироблятися самі собою. Наприкінці 1980-х бізнес досяг рекордно низького рівня через розпродаж останнього пакету акцій уряду Великобританії (31,5%), що означало завершення приватизації. Як наслідок, ціна акцій впала до 1,85 фунта стерлінгів, а у «чорний понеділок» компанія ще більше ослабла.

Починаючи з 1977 року британський уряд скоротив свою власність на British Petroleum, продавши акції населенню, а наприкінці 1980-х уряд повністю

передало British Petroleum у приватну власність, продавши акції, що залишилися. Це відкрило для British Petroleum шлях до придбання Britoil PLC, незалежної нафтової компанії, яка видобувала нафту на родовищах Північного моря.

British Petroleum розробила нафтові родовища і побудувала нафтопереробні заводи ще в кількох країнах, у тому числі в бухті Прадхо-Бей на Алясці у Сполучених Штатах та в британському секторі Північного моря, де British Petroleum у 1965 р. 1970 року перше відкриття великого нафтового місця. Починаючи з 1970 року, BP об'єднала свої активи в США з активами Standard Oil Company (Огайо), в якій BP придбала контрольний пакет акцій. У 1987 році BP придбала частину Standard Oil Company, що залишилася, майже за 8 мільярдів доларів. Після злиття з американським нафтовим гігантом Amoco у 1998 році нещодавно створена BP Amoco стала одним із найбільших нафтових концернів у світі. Корпорація змінила назву на BP PLC після придбання у 2000 році компаній Atlantic Richfield Company (відомої на заході США бензином марки ARCO) та Burmah Castrol (провідна британська компанія з виробництва нафти, газу та мастильних матеріалів) [25].

У 2010 році морська бурова установка Deepwater Horizon, що належить Transocean і орендована BP, вибухнула і впала, що призвело до розриву райзера дуже глибокої нафтової свердловини. За оцінками, в Мексиканську затоку вилилося 4,9 мільйона барелів нафти, що стало найбільшим морським розливом нафти в історії. Згодом компанія виплатила мільярди доларів як компенсацію збитків фізичним та юридичним особам, які постраждали від розливу. У 2012 році BP погодилася виплатити уряду США штрафи та пені на суму понад 4,5 мільярда доларів і визнати себе винною за 14 кримінальними звинуваченнями. 2015 року в рамках цивільного процесу він погодився виплатити близько 20 мільярдів доларів.

BP, її дочірні та асоційовані компанії продовжують займатися розвідкою, видобуванням, переробкою, транспортуванням та розподілом нафти та природного газу, а також виробництвом хімікатів, пластмас та синтетичних

волокон. Він керує магазинами та заправними станціями під такими брендами, як BP, Aral, ARCO та am/pm.

Наприкінці 20 століття BP була великим інвестором в екологічно чисту енергетику, а 2003 року компанія представила слоган «За межею нафти». Проте протягом десятиліття BP скоротила свої зусилля щодо відновлюваних джерел енергії. Примітно, що у 2012 році компанія закрила підрозділ сонячної енергетики.

Бізнес сьогоденної компанії поділено на чотири основні сектори (поток):

(1) Розвідка та видобуток нафти та газу по всьому світу. На п'яти континентах BP володіє або частково володіє 24 нафтопереробними заводами (62% загального обсягу виробництва компанії) та природного газу (38%).

(2) Переробка та продаж натуральної олії в продукти для клієнтів. BP володіє 29 200 заправними станціями (15 000 у США, 14 200 у світі).

(3) Нафтохімічна переробка: Для виробництва хімічної продукції BP володіє 38 заводами по всьому світу.

(4) Газ, енергія та відновлювані джерела енергії (BP solar). Особливо зростаючий ринок газу стає дедалі важливішим сектором для групи BP. Потужність сонячної енергії в даний час становить 67 мегават на рік¹.

В цілому BP є другою за величиною компанією в нафтовій галузі та 8-ою за величиною компанією у світі, в якій працює 115 250 людей, що представляють сотні різних професій.

Детальніше місце BP за рівнем виручки від реалізації наведено на рисунку 2.1

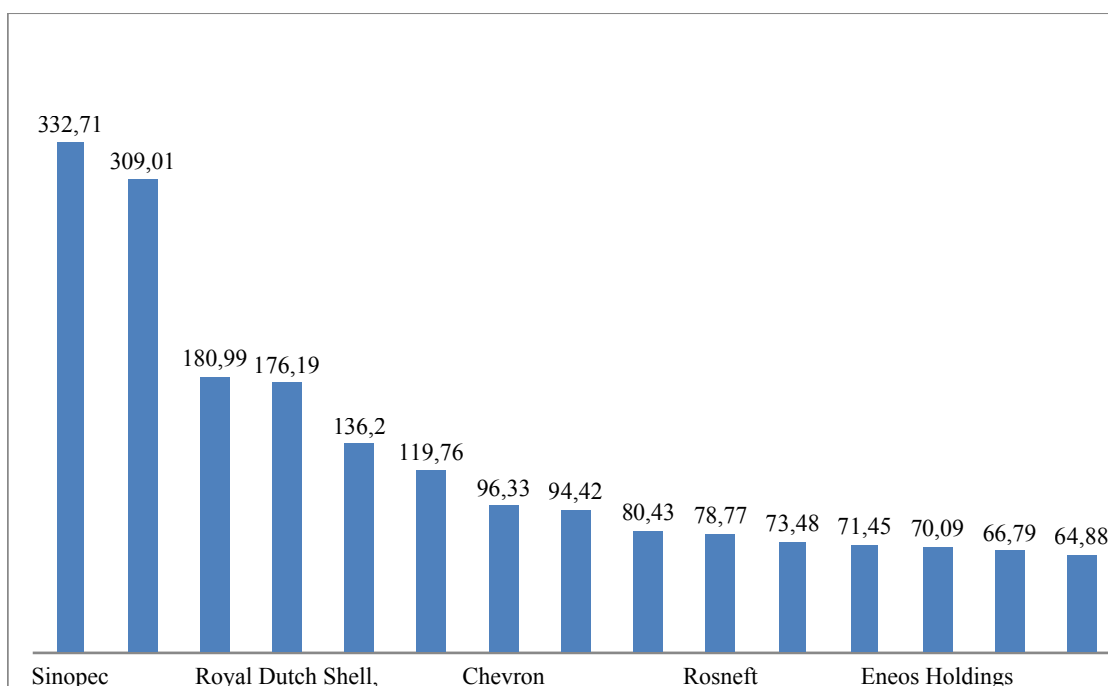


Рис. 2.1 – Місце ВР серед нафтогазових компаній за рівнем виручки від реалізації станом на 2021р, млрд. дол. США

Джерело: Складено автором на основі [24, 25]

У 2020 році виручка склала 180,4 мільярдів доларів, а прибуток (без винятків) – 6,5 мільярда доларів. ВР має ринкову капіталізацію в розмірі 102,22 мільярди доларів і майже 1 мільйон акціонерів. продуктивність (одна бочка = 159 літрів). Ця неймовірна кількість продукції продається більш ніж у 40 країнах світу: у Європі, Північній та Південній Америці, Азії, Австралії та більшій частині Африки. інших компаній початку 1980-х гг. Тому кількість дочірніх компаній практично не піддається обліку. Я не зміг знайти жодних списків, які б показували хоча б майже повну глобальну мережу ВР; тому я наведу лише кілька прикладів.

Найбільш важливі злиття в історії ВР відбулися в 1998 р. з Amoco (заснована в 1889 р.) та в 1999 р. з ARCO (1866 р.), обидві американські фірми. Злиття з Вирmah Castrol (2000 р.) сталося як поглинання. Ці великі злиття, що розширили глобальну групу ВР, призвели до того, що до групи увійшли багато дочірніх компаній, тому виникла потреба у реорганізації. Це означало розпродаж безлічі дрібних фірм, які не вписувалися у плани компанії. Цікаве

злиття, що відбулося за зростанням активності компанії в Німеччині, сталося в 2002 році з ARAL, однією з провідних нафтохімічних компаній Німеччини. Тільки це злиття або, краще сказати, поглинання (оскільки це не було злиття двох рівноправних фірм, як із Амоко чи АРКО) призвело до того, що у концерну з'явилося 28 дочірніх компаній, а сам Арал складався з двох великих груп, групи Арала та компанії "Веба Ойл", які об'єдналися. 1998 року.

Потужності ВР з 1997 року дуже збільшилися, тому сьогодні ВР має нафтові активи в Північному морі та на Шетландських островах, а також у Сполучених Штатах, на Алясці та в Мексиканській затоці.

Наступним дослідимо динаміку запасів та видобутку ВР за період 2011-2020 рр (див. рис. 2.2 та 2.3)

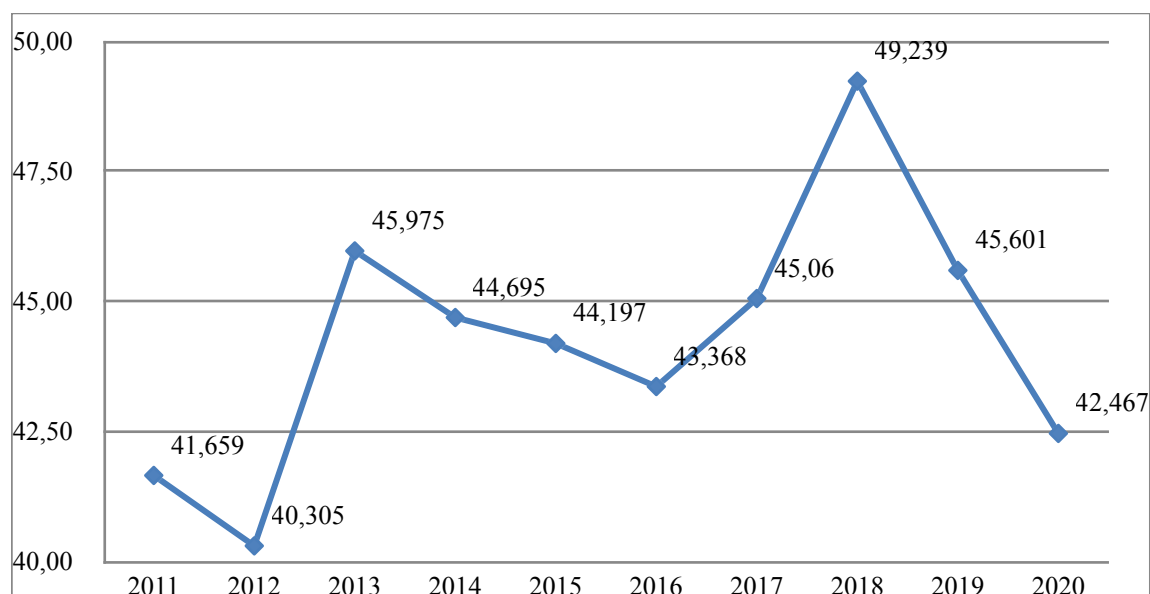


Рис. 2.2 – Динаміка запасів у мільярдах кубічних футів за період 2011-2020 рр

Джерело: Складено автором на основі [26]

Найбільші запаси газу знаходяться у США, Південній Америці, Китаї та Індонезії. Що стосується транспорту, то ВР володіє та керує глобальною мережею трубопроводів довжиною понад 25 700 миль. Крім того, ВР належить міжнародному танкерному флоту з більш ніж 40 суден.

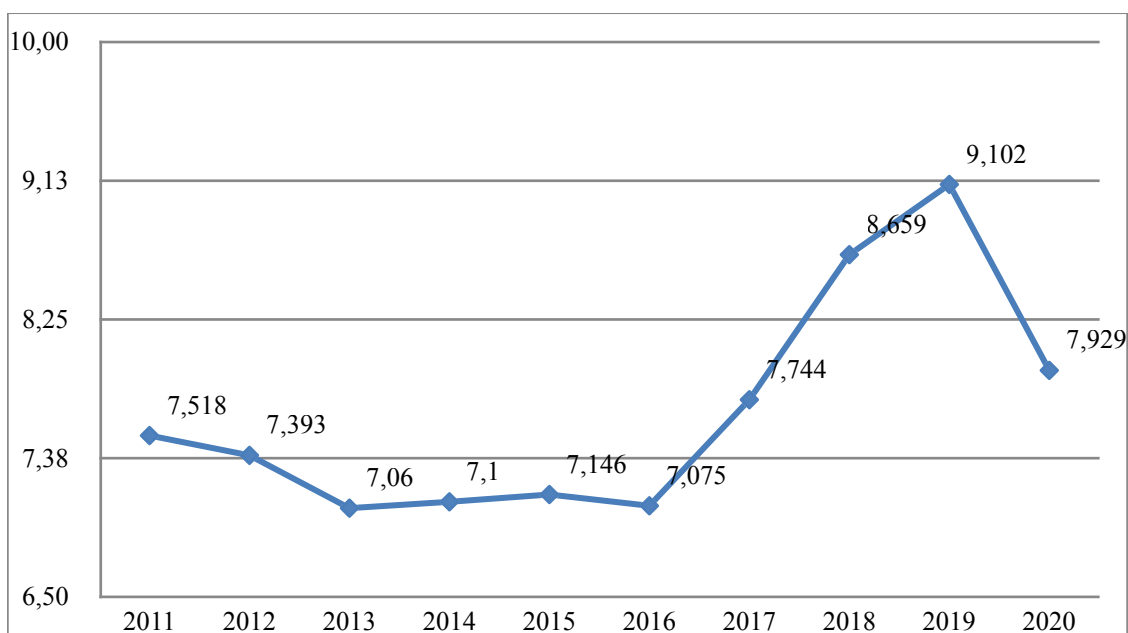


Рис. 2.3 – Динаміка продуктивності у мільйонах кубічних футів на добу за період 2011-2020 рр

Джерело: Складено автором на основі [27]

В даний час BP працює приблизно у 80 країнах та виготовляє близько 3,2 мільйона барелів на день. Це один із найбільших виробників нафти та газу у всьому світі. Компанія має близько 17000 сервісних станцій по всьому світу. BP належить частина акцій найбільшої у світі нафтогазової компанії "Роснефть". British Petroleum також зареєстровано на Лондонській фондовій біржі. Також є вторинні лістинги компанії на Франкфуртській фондовій біржі.

Компанія також була залучена до деяких з великих екологічних подій в історії. Одним із великих інцидентів був вибух нафтопереробного заводу в Техас-Сіті у 2005 році. Іншим інцидентом був розлив нафти на платформі Deepwater Horizon у 2010 році. Це був найбільший інцидент, коли нафта потрапила до морської води. Пізніше це призвело до багатьох екологічних наслідків. У компанії є два основні бізнес-підрозділи. Один сегмент називається Upstream, а інший називається Downstream. Основні операції компанії здійснюються у багатьох країнах світу, включаючи Африку, Азію, Австралію, Європу, Північну та Південну Америку.

Основні бізнес-сегменти компанії включають нафту і природний газ, нафтопереробку та маркетинг, низьковуглецеву енергетику тощо. .

Крім успіху компанії, в історії нафтового гіганта були серйозні невдачі. Він був причетний до деяких основних порушень забруднювачів повітря. BP також постраждала від позову 95 фермерів Колумбії за збитки, завдані через Ocensa Pipeline. Були й порушення санітарно-гігієнічних норм. Також повідомлялося про деякі небезпечні операції на нафтопереробному заводі компанії в Огайо.

Екологічні інциденти досі викликали деякі з основних наслідків здоров'я людини. Найбільше цих подій страждають працівники, задіяні у процесі прибирання.

В підсумку пропонуємо дослідити основні тенденції ринку на якому працює BP. Для початку розглянемо ціна на нафту в період пандемії Коронавірусу(див. рис. 2.4)

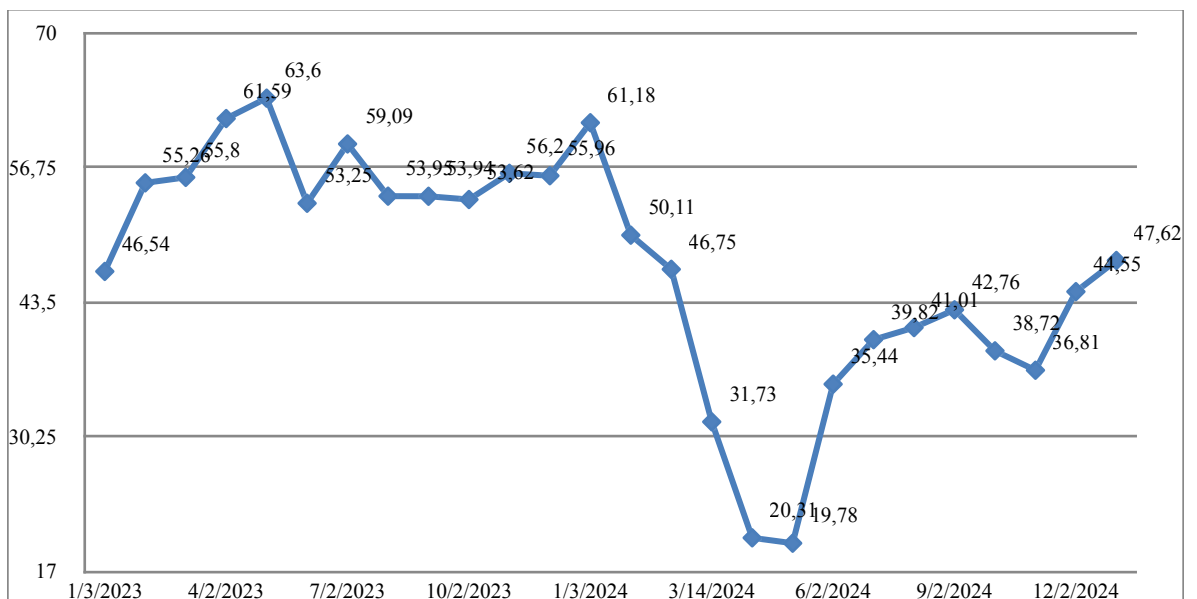


Рис. 2.4 – Динаміка цін на нафту за період 2019-2020 років.

Джерело: Складено автором на основі [28]

Ціни на нафту демонстрували відносну стабільність протягом усього 2019 року, незважаючи на досить скромну світову активність (див. рис. 2.4), торговельну війну США з Китаєм, вересневу атаку на нафтопереробні заводи в Саудівській Аравії та інші події. За оцінками моделі, цьому сприяли досить

стійкі специфічні шоки на ринку нафти, джерелом яких стали очікування подальшого зниження видобутку нафти за угодами ОПЕК+ та стабілізації ділової активності до кінця року.

Додатковим ударом за цінами на нафту стало розірвання угоди про скорочення видобутку нафти в рамках угоди ОПЕК+, про яку було публічно оголошено на початку березня 2020 року. Ця подія започаткувала цінову війну між Росією та Саудівською Аравією. Якщо у січні та лютому того ж року основним фактором зниження очікуваного рівня цін була світова кон'юнктура, то тепер воно супроводжувалося очікуваннями подальшого збільшення видобутку нафти рядом країн, що неминуче вплинуло на настрої економічних агентів, внаслідок чого ціни на нафту стали знижуватися ще інтенсивніше.

Пік падіння цін на нафту припав на квітень. Шок пропозиції не вплинув на ціну, незважаючи на те, що Саудівська Аравія різко збільшила видобуток сирої нафти майже на 18% [29], а Росія - на 0,4% (див. рис. 2.5) [30].

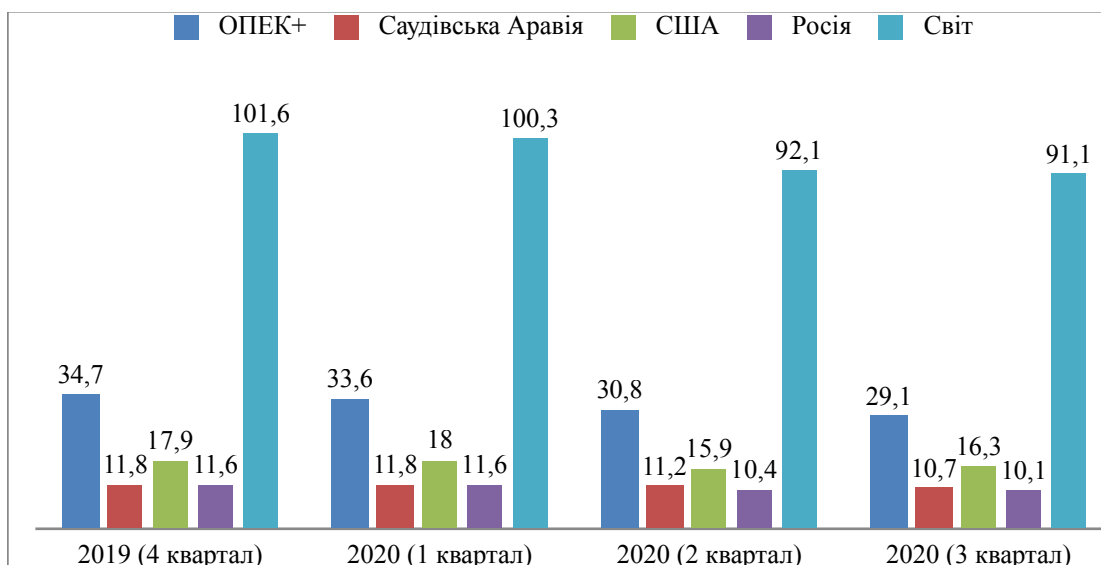


Рис. 2.5 – Динаміка видобутку нафти млн бар/доб за період 2019-2020 рр.

Джерело: Складено автором на основі [31]

Проте зростання видобутку нафти могло транслюватися, зокрема, і через очікування, що зміцнило впевненість у подальшому значному збільшенні видобутку нафти та невизначеність щодо можливих нових домовленостей щодо її зниження. Одночасно з цими подіями багато країн зіткнулися з нестачею

місця для зберігання запасів нафти через зниження попиту через пандемію та протистояння Росії та Саудівської Аравії. Разом з песимістичними очікуваннями щодо майбутньої світової ситуації це призвело до того, що на момент продажу нафтових ф'ючерсів пропозиція значно перевищувала попит. За оцінками моделі, саме специфічні шоки (пов'язані, як говорилося, з очікуваннями економічних агентів) зіграли переважну роль падінні цін. Потрясіння у глобальній діловій активності також були відчутні. Проте, інтерпретувати вплив коронавірусної інфекції виключно через них не зовсім правильно. Як і в ситуації з ціновою війною між Росією та Саудівською Аравією, передбачається, що частина ефекту пандемії виявилася у конкретних шоках через очікування.

Ближче до середини квітня 2020 року відбулася зустріч нафтовидобувних країн, на якій було укладено нові угоди ОПЕК+ про скорочення видобутку нафти, до яких також приєдналися США, Канада, Норвегія, Аргентина та інші країни. З травня того ж року відбулося значне зниження видобутку нафти, що суттєво сприяло зростанню цін до кінця року. Негативний вплив шоків на глобальну ділову активність до червня також трохи зменшився, що може бути пов'язане з деякою адаптацією до нових умов низки країн, але залишилося помітним. Ці події вплинули на настрої фірм та домогосподарств. З одного боку, було встановлено курс зниження світового видобутку нафти, з іншого - почалося певне пожвавлення економічної активності, зросла впевненість у її подальшому пожвавленні, що призвело до зниження негативної ролі специфічних шоків у світовій економіці на ринку нафти.

Незважаючи на значне зростання видобутку нафти Саудівською Аравією та Росією під час цінової війни, внесок шоків пропозиції був дуже скромним і становив лише -2,7%. Навпаки, значне зниження світового видобутку нафти після укладання нових угод між нафтовидобувними країнами у квітні призвело до зростання цін на нафту в середньому на 20,8% із травня 2020 року.

Епідемія Коронавірусу та нестабільна ситуація на ринку нафти в 2020 році надзвичайно сильно ударила не тільки по світу, але й по прибутках компанії BP, які в 2020 сягнули рекордного мінімуму. В основному таке падіння

прибутку компанії пов'язане з мінімально низькими цінами на нафту протягом цього періоду

Наслідки пандемії змусили ВР обмежити розподіл капіталу: у 2020 році компанія скоротила капітальні витрати приблизно на 28% та продала активи на суму понад 6 млрд. доларів США. Скорочення витрат на нафту і газ було особливо значним, і в 2021 році компанія розраховує витратити на цей сегмент близько 9 млрд. доларів — приблизно на тому ж рівні, який запланований на 2025 рік.

ВР є яскравим прикладом успішної ТНК, яка за свою майже столітню історію стала одним із найбільших гравців на світовому ринку нафти та газу та з кожним роком тільки збільшую силу свого впливу та світову експансію.

2.2. Аналіз фінансового стану корпорації

Аналіз фінансової стійкості та прибутковості підприємства має свою мету, заради якої він проводиться. Цей аналіз можна розглядати як систематизований набір аналітичних процедур, за допомогою яких ми можемо отримати деякі висновки щодо вищезгаданих аспектів. Надалі передбачається розробити конкретні рекомендації з метою підвищення рівня фінансової стійкості та рентабельності досліджуваного підприємства.

Беручи до уваги той факт, що дана наукова робота присвячена аналізу фінансової стійкості та прибутковості компанії, а саме ВР, розрахуємо основні показники, що характеризують сторони компанії, що розглядаються. Почнемо з коефіцієнтів, що відображають короткострокову платоспроможність ВР за період із 2014 по 2019 рік. Як відомо, короткострокова платоспроможність підприємства характеризується коефіцієнтами ліквідності. Почнемо з цього аспекту, оскільки немає сенсу аналізувати довгострокову платоспроможність підприємства, якщо вона неплатоспроможна у короткостроковій перспективі.

Таблиця 2.1

Динаміка показників ліквідності ВР за період 2014-2019рр

Коефіцієнти ліквідності	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Темп росту, % (2019/2014)
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,37	1,29	1,16	1,16	1,05	1,12	-18,25
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,08	1,03	0,86	0,86	0,78	0,83	-23,15
Фінансовий коефіцієнт	0,47	0,48	0,4	0,4	0,33	0,31	-34,04

Джерело: Складено автором на основі [32, 33, 34, 35, 36, 37]

Як видно, значення всіх коефіцієнтів ліквідності у цей період були прийнятними. Коефіцієнт поточної ліквідності був вищим за 1, що означає, що поточні активи компанії перевищують її поточні зобов'язання. Іншими словами, компанія спромоглася погасити свої короткострокові зобов'язання за рахунок оборотних коштів. Значення цього коефіцієнта змінювалося в межах ввід 1,05 до 1,37. Слід зазначити, що спостерігаємо негативну тенденцію зміни коефіцієнта поточної ліквідності. Це могло статися через те, що поточні активи ВР трохи зменшилися з 2014 по 2019 рік, а поточні зобов'язання збільшилися за цей період. Проте значення цього коефіцієнта почало зростати після 2018 року. Щодо коефіцієнта швидкої ліквідності, то значення цього коефіцієнта у зазначений період знаходилися в межах 0,8–1,1. Цей коефіцієнт показує, що у підприємства було достатньо оборотних активів, не включаючи товарно-матеріальні запаси для покриття короткострокових зобов'язань. Тенденція була такою самою, як і у випадку коефіцієнта поточної ліквідності. Третій коефіцієнт ліквідності показує, що близько 0,3–0,5 всіх поточних зобов'язань може бути покрито найбільш ліквідними активами, саме грошовими коштами та його еквівалентами. Цей показник також мав негативну динаміку. Можна констатувати, що підприємство було платоспроможним у короткостроковому періоді з 2014 до 2019 року. Далі розглянемо довгострокову платоспроможність досліджуваного підприємства за аналогічний період. Крім того, ми порівняли

деякі коефіцієнти ВР з її конкурентами, зокрема з Shell, Лукойлом і Роснефтью (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Динаміка показників довгострокової платоспроможності ВР за період
2014-2019рр**

Показники довгострокової платоспроможності	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Темп росту, % (2019/2014)
Співвідношення борг/власний капітал (включаючи лише фінансові позики)	0,47	0,54	0,6	0,63	0,65	0,67	42,55
Співвідношення борг/власний капітал (включаючи усі зобов'язання)	1,52	1,66	1,72	1,75	1,78	1,93	26,97
Співвідношення борг/ЕВІТДА	2,59	7,93	5,02	2,89	2,17	2,3	-11,20
Співвідношення ЕВІТДА/борг	0,39	0,13	0,2	0,35	0,46	0,44	12,82
Коефіцієнт покриття відсотків (ICR)	17,76	4,98	6,93	10,56	11,99	8,45	-52,42
Співвідношення чистий борг/ЕВІТДА	1,13	3,99	3	1,72	1,43	1,53	35,40

Джерело: Складено автором на основі [32, 33, 34, 35, 36, 37]

Як видно з цієї таблиці, більшість показників коливалися незначно, що може свідчити про те, що компанія прагнула ґрунтовно розробити свою стратегію управління фінансами, щоб дотримуватися її при управлінні своїми фінансовими ресурсами. Ми розрахували співвідношення борг/власний капітал двома способами. Перший варіант у тому, що у основі боргу лежать лише фінансові позики, тоді як другий варіант розрахунку цього коефіцієнта включає все зобов'язання підприємства. Що стосується співвідношення борг/власний капітал, що включає тільки фінансові позикові кошти, то значення даного коефіцієнта було нижче 1 протягом всього періоду, що означає, що сума

короткострокової і довгострокової заборгованості підприємства була меншою за його власний капітал. Частка боргу у загальному власному капіталі з 2014 по 2019 рік дорівнювала приблизно 0,47–0,67. Співвідношення боргу до власного можна висловити так: 32% до 68% у 2014 році, 35% до 65% у 2015 році, 38% до 62% у 2016 році, з 39% до 61% у 2017 році, з 39% до 61% у 2018 році та з 40% до 60% у 2019 році відповідно. Протягом цього періоду можна спостерігати збільшення співвідношення борг/власний капітал. Зростання відносини позикових і власні кошти необов'язково означає, що це вплине на організацію. У такому випадку багато може залежати від того, чи ROE збільшиться за рахунок використання додаткового позикового капіталу чи ні. Необхідно наголосити, що залучення додаткових коштів може бути дуже ефективним заходом збільшення ROE підприємства [376 с.57]. Щодо нашого випадку, то ROE зростала з 2015 по 2019 рік. Можна припустити, що використання додаткових позикових коштів до певної міри сприяло збільшенню ROE. Крім того, співвідношення позикового та власного капіталу знаходилося у прийнятному діапазоні з 2014 по 2019 рік, оскільки прийнятне співвідношення позикового та власного капіталу для багатьох компаній має становити приблизно від 40% до 60% відповідно. Борг приблизно зріс із 32% до 40%, а власний капітал знизився з 68% до 60%.

Розрахувавши та проаналізувавши співвідношення D/E для ВР, було б дуже ефективно та інформативно порівняти це співвідношення для ВР із конкурентами. Це може дати нам уявлення про те, скільки боргу та власного капіталу було в інших подібних компаній з 2014 до 2019 року. Ми можемо констатувати, що ВР та «Роснефть» виділяються серед цих компаній за співвідношенням D/E, оскільки ці дві компанії мали більшу частку боргу в загальний капітал, ніж інші. Згодом їхні відносини D/E були досить високими. ВР і «Роснефть», на відміну від своїх конкурентів, активно використовували обидва джерела фінансування. Це може означати, що ці дві компанії були ризикованішими, особливо для їх акціонерів.

З іншого боку, вони використали можливість отримати додатковий прибуток від використання позикового капіталу. Співвідношення D/E у BP змінилися з 0,47 до 0,67, тоді як у «Роснефти» було 0,89 і навіть більше 1, що означало, що борг дорівнює власному капіталу або був вищим за власний капітал. Що стосується інших компаній, то можна сказати, що у них коефіцієнт D/E дорівнював приблизно 0,2, тому він був невеликий, і, можливо, компанії втратили якусь можливість додаткового заробітку, але їх фінансова стійкість не була ризикованою. Ми звернулися до бази даних Damodaran, яка дає співвідношення D/E, що дорівнює 14,25% для нафтогазової галузі. Найчастіше досліджувані компанії мали вищі значення.

Говорячи про другий варіант розрахунку відносини борг/власний капітал, бачимо, що це показник також збільшувався протягом періоду. Здебільшого це може бути пов'язане із значним збільшенням загальної суми зобов'язань, особливо короткострокової та довгострокової заборгованості. Значення цього коефіцієнта у період змінилося з 1,5 до 1,9. Частка всіх зобов'язань у загальному капіталі зростає приблизно з 0,6 у 2014 році до 0,66 у 2019 році, а частка власного капіталу знизилася з приблизно 0,4 у 2014 році до 0,34 у 2019 році.

Що ж до співвідношення борг/ЕВІТДА, цей показник показує, що у погашення боргу компанії з допомогою ЕВІТДА пішло близько 2–8 років. Ми спостерігаємо позитивну динаміку зі зменшенням кількості років з 2015 по 2018 рік.

Співвідношення ЕВІТДА/борг є показником, протилежним до співвідношення борг/ЕВІТДА. Його можна трактувати і навпаки, тобто чим вищий коефіцієнт, тим краще. Загалом цей показник показує, якою мірою компанія може покрити свій борг за рахунок ЕВІТДА.

Проаналізувавши співвідношення ЕВІТДА/борг BP, буде корисно порівняти його з конкурентами за шість років. Можна констатувати, що найбільше співвідношення ЕВІТДА/Долг було у Лукойлу, оскільки ця компанія не мала великого боргу, на відміну від конкурентів. У Лукойла коефіцієнти були

більше 1 і навіть 2. В інших компаній коефіцієнти були нижчими, тому що у них була більша заборгованість. Їхні коефіцієнти були нижчими за 1. У результаті цим компаніям було важко покрити більшу частину боргу за рахунок EBITDA.

Аналізуючи коефіцієнт покриття відсотків, цілком очевидно, що компанія EBITDA перевищила процентні витрати. Це означає, що підприємство отримало достатньо прибутку, щоб покрити свої відсоткові витрати. Цей коефіцієнт схильний до коливань протягом періоду. Цей показник стабільно зростав із 2015 по 2018 рік.

Він проаналізував EBITDA/Int. коефіцієнт витрат можна сказати, що цей коефіцієнт також пов'язаний з коефіцієнтами покриття, такими як коефіцієнт EBITDA/борг. Слід зазначити, що це співвідношення було набагато вищим, ніж співвідношення EBITDA/Борг, оскільки борг був вищим, ніж просто відсотки. Найнижчий коефіцієнт був у «Роснефти» і становив близько 4. Найчастіше цей коефіцієнт був дуже високим, саме від 10 до 70. Це означало, більшість компаній дуже добре розплачувалися зі своїми інтересами.

Співвідношення чистий борг/EBITDA показує, що погашення боргу компанії пішло близько 1–4 років. У більшості періодів на це йшло навіть менше двох років. Ця цифра була високої; це означає, що підприємство згенерувало достатню суму EBITDA на покриття свого боргу. Розмір цього коефіцієнта істотно змінювалася протягом періоду. Ми можемо зробити висновок, що BP може розглядатися як платоспроможна компанія у довгостроковій перспективі з зазначених вище причин.

Також важливо проаналізувати деякі додаткові коефіцієнти, пов'язані з покриттям витрат компанії, саме капітальні витрати та дивіденди (див. табл. 2.3).

Як видно, ми надали деякі додаткові основні витрати, які зазвичай несуть компанії в процесі своєї діяльності. Коефіцієнт покриття капітальних вкладень показує, що компанія мала достатньо коштів від операційної діяльності для покриття капітальних витрат у всіх періодах, крім 2016 року. Цей показник коливався в межах від 1,1 до 1,7 протягом періоду, що розглядається. Цей

коефіцієнт стабільно збільшувався після 2016 р., що може означати збільшення грошових потоків від операційної діяльності з 2016 р. до 2019 р. Щодо коефіцієнта покриття дивідендів, ми бачимо, що підприємство мало коштів від операційної діяльності для покриття витрат з виплатою дивідендів. Значення цього показника у період змінилося з 2,3 до 5,6.

Таблиця 2.3

**Динаміка додаткових коефіцієнтів, пов'язаних з покриттям витрат
ВР за період 2014-2019рр**

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Темп росту, % (2019/2014)
Коефіцієнт покриття капітальних видатків	1,45	1,03	0,64	1,14	1,37	1,67	15,17
Коефіцієнт покриття дивідендів	5,6	2,87	2,32	3,08	3,41	3,71	-33,75
Капітальні видатки + Коефіцієнт покриття дивідендів	1,15	0,76	0,5	0,83	0,98	1,15	0,00

Джерело: Складено автором на основі [32, 33, 34, 35, 36, 37]

Ще один фінансовий коефіцієнт пов'язаний із здатністю компанії покривати капітальні витрати та витрати, пов'язані з виплатою дивідендів, за рахунок коштів від операційної діяльності. Ми можемо зазначити, що підприємство змогло виконати свої зобов'язання щодо капітальних витрат та виплати дивідендів у повному обсязі у 2014 та 2019 роках. Щодо інших періодів, у підприємства не було достатньо грошових потоків від своєї операційної діяльності для покриття обох цих витрат у повну суму. Слід наголосити, що значення цього коефіцієнта почало стабільно зростати з 2016 по 2019 рік. Причому цей показник досяг того ж значення, що і на початку періоду, що розглядається, тобто в 2014 році. за рахунок збільшення чистих грошових потоків від операційної діяльності ВР. Наступний аспект бізнесу ВР пов'язаний із його прибутковістю за той самий період (див. табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Динаміка показників прибутковості ВР за період 2014-2019рр

Показники прибутковості	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Темп росту, % (2019/2014)
Рентабельність продажів (ROS), %	1,13	-2,87	0,09	1,44	3,21	1,5	32,74
Рентабельність власного капіталу (стандартний розрахунок), %	3,55	-6,5	0,18	3,45	9,43	4,16	17,18
Рентабельність власного капіталу (за методом DuPont), %	3,55	-6,5	0,18	3,45	9,43	4,16	17,18
Рентабельність активів, %	1,41	-2,44	0,07	1,25	3,39	1,42	0,71
Маржа операційного прибутку, %	1,81	-3,55	-0,23	3,94	6,49	4,2	132,04

Джерело: Складено автором на основі [32, 33, 34, 35, 36, 37]

Розрахувавши основні показники прибутковості ВР за період з 2014 до 2019 року, ми бачимо, що компанія була прибутковою у більшості аналізованих періодів. У 2016 році були деякі збитки, оскільки витрати підприємства певною мірою перевищували його доходи. Усі ці показники зростали з 2015 до 2018 року. Коефіцієнт, що характеризує рентабельність продажів компанії, показує, що ВР отримувала прибуток від реалізації своєї діяльності у всі періоди, крім 2015 року. Максимальна рентабельність продажів спостерігалася у 2018 році, і цей показник припав на 3,21%. Що ж до рентабельності власного капіталу, ми розраховали цей коефіцієнт двома способами. Перший варіант – стандартний розрахунок, тобто чистий прибуток поділяється на власний капітал. Другий варіант розрахунку ROE заснований на підході DuPont [38, с. 496]. Як відомо, в обох випадках ми отримуємо той самий результат. Необхідно підкреслити, що однією з найважливіших переваг підходу DuPont є те, що він дає нам чудову можливість визначити, які елементи п'ятифакторної моделі мають найбільший

вплив на рентабельність власного капіталу. У нашому випадку найбільш істотний вплив на ROE мали компоненти моделі, а саме коефіцієнт ЕВІТ/Виручка та Сумарні активи/Власний капітал, оскільки ці коефіцієнти зростали більше за інших протягом досліджуваного періоду. Максимальна рентабельність власного капіталу у 2018 році дорівнювала 9,43%. Що стосується рентабельності активів, то тенденція зміни цього коефіцієнта була такою самою, як і для попередніх зазначених вище коефіцієнтів. Максимального значення цей показник досяг у 2018 році. Щодо маржі операційного прибутку, то можна констатувати, що цей показник збільшився після 2016 року та змінювався в діапазоні від 3,94% до 6,49% з 2017 до 2019 року.

Крім того, ми представили деяку аналітику, пов'язану із корпоративною цінністю ВР.

Як бачимо, перший коефіцієнт аналогічний другому, тому що обидва ці коефіцієнти відображають, за скільки років окупиться вартість підприємства конкретної компанії. Співвідношення EV/ЕВІТДА та відношення EV/NCFO показують кількість років, протягом яких компанія окупає вартість підприємства з ЕВІТДА та NCFO відповідно. Ми можемо помітити, що ці показники певною мірою коливалися, тому що ЕВІТДА та NCFO не були такими стабільними, як вартість підприємства. Така ситуація не є екстраординарною, оскільки ЕВІТДА та NCFO підприємства можуть суттєво змінюватися щороку. Ми можемо спостерігати позитивну тенденцію зміни коефіцієнтів EV/ЕВІТДА та EV/NCFO, оскільки вони почали знижуватися після 2016 р. В основному це може бути пов'язане зі зростанням ЕВІТДА та NCFO з 2016 по 2019 р. Що стосується коефіцієнта FCF/EV це показує, що бізнес компанії приносив близько 4-7 центів FCF на кожен долар, вкладений у її вартість підприємства протягом періоду. Це співвідношення також змінилося на позитивний бік, оскільки значення цього коефіцієнта зросло після 2016 року. Це означає, що компанія генерувала дедалі більше вільного грошового потоку з 2016 по 2019 рік.

В підсумку пропонуємо дослідити динаміку чистого прибутку компанії ВР за останні 10 років (див. рис. 2.6).

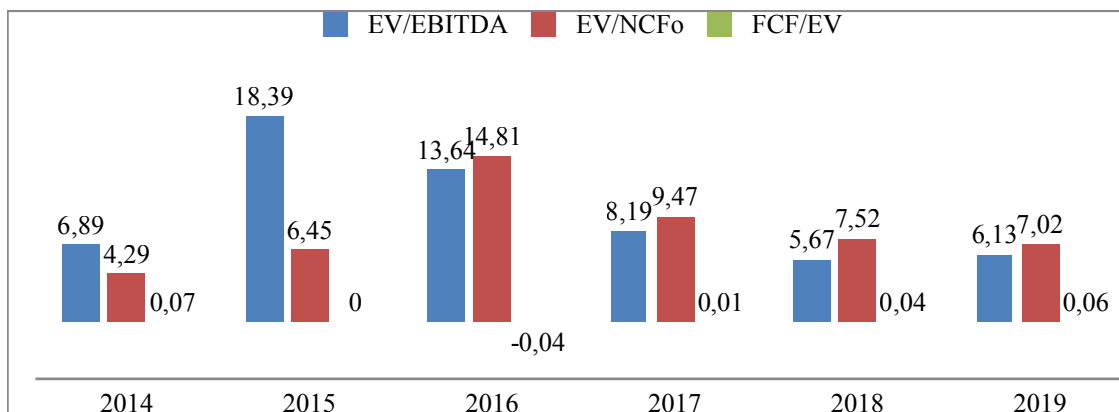


Рис. 2.6 - Динаміка показників корпоративної цінності ВР за період 2014-2019рр

Джерело: Складено автором на основі [32, 33, 34, 35, 36, 37]

На основі аналізу даних рисунка 2.6, ми можемо спостерігати тенденцію збитків компанії ВР в кризові періоди, це стосується пандемії Коронавірусу в 2020 році, компанія отримала збитки близько 20 млрд. дол, кризи на ринку нафти в 2015 році та загальної економічної кризи в 2010 році.

Така тенденція свідчить про пряму залежність прибутку компанії ВР від ситуації, яка відбувається як на світових ринках так і на нафтовому ринку зокрема (рис. 2.7).

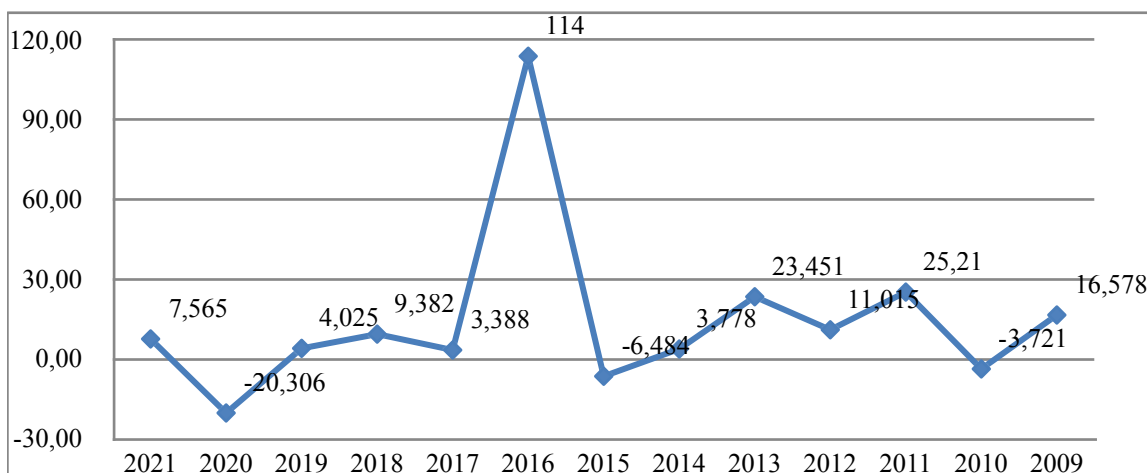


Рис. 2.7 - Динаміка чистого прибутку ВР за період 2010-2021рр, млрд. дол. США

Джерело: Складено автором на основі [38]

Загалом, провівши аналіз фінансової стійкості та прибутковості ВР за період з 2014 по 2019 рік, можна зробити висновок, що ВР працювала у цей період досить успішно. Вона спромоглася конкурувати з іншими компаніями з цієї галузі. Компанія була платоспроможною у короткостроковій та довгостроковій перспективі. Підприємство генерувало прибуток із позитивним NCFO практично у всі досліджувані періоди. Він активно використав власний капітал, а також позикові кошти для підтримки своєї діяльності. Вільний грошовий потік був позитивним у багатьох періодах, що означає, що компанія вела бізнес вигідно для своїх акціонерів та кредиторів.

Тим не менш, були деякі проблеми та недоліки з цією компанією. Хоча підприємство не було надто великого фінансового боргу, воно має контролювати частку свого боргу в загальній структурі капіталу. Крім того, може виникнути потреба змінити структуру капіталу, зменшивши частку загальних зобов'язань та збільшивши частку власного капіталу. Більше того, ВР має регулярно збільшувати свою EBITDA. Деякі проблеми були пов'язані з отриманням недостатнього прибутку та NCFO. Ці показники також мають бути збільшені.

2.3 Особливості емісійної політики корпорації

Перед аналізом акцій ВР пропонуємо оцінити загальні активи компанії та її зобов'язання за період 2010-2021 рр та визначити чи компанія займає стійке положення на ринку і про вигідність купівлі її акцій (див. рис. 2.8).

Як ми бачимо з рисунка 2.8 активи ВР значно перевищують її зобов'язання, що характеризує ефективно політику корпорації. Власний капітал компанії складає приблизно $\frac{1}{2}$ від загальної суми зобов'язань, що теж є позитивним показником, адже у ВР є власні кошти, якими вона може зміцнити своє становище.

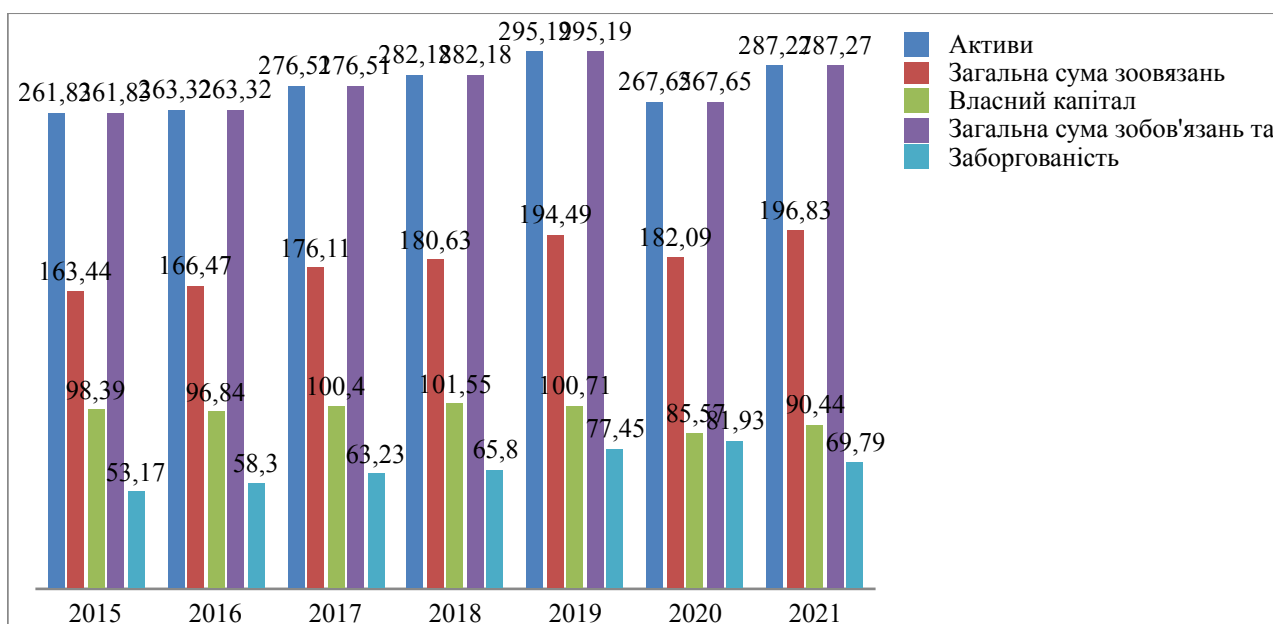


Рис. 2.8 – Динаміка активів та зобов'язань ВР за період 2015 – 2021 рр, млрд. дол. США

Джерело: Складено автором на основі [39]

На основі аналізу балансу ВР розглянемо динаміку балансової вартості на акції за період 2015-2021 рр (див. рис. 2.9)

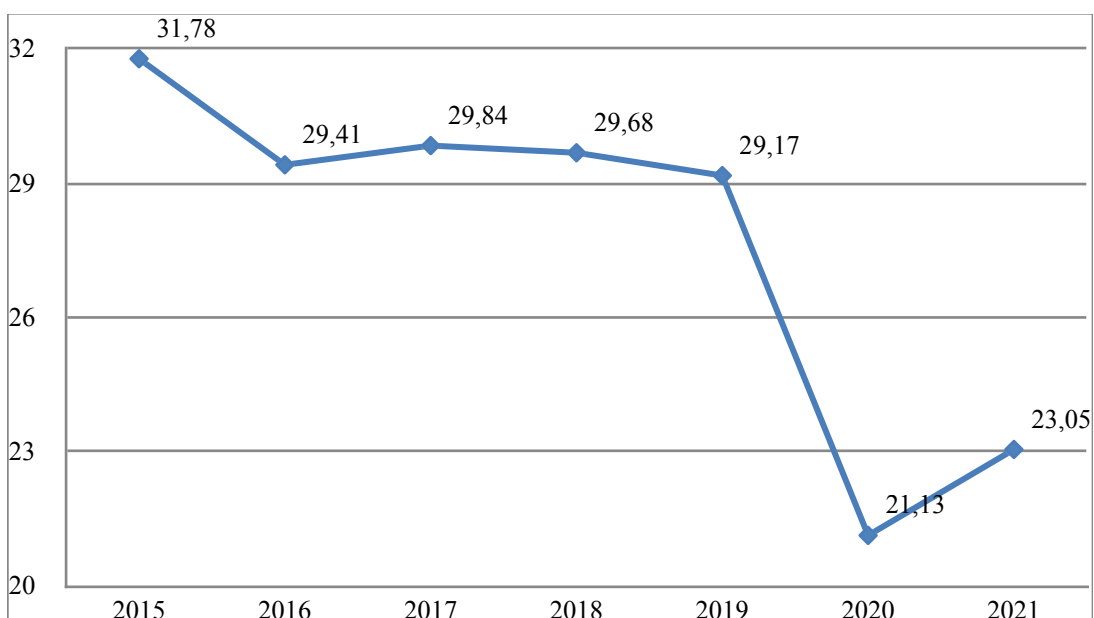


Рис. 2.9 – Динаміка балансової вартості акцій ВР за період 2015 – 2021 рр, дол. США

Джерело: Складено автором на основі [39]

На основі аналізу рисунку 2.9 ми спостерігаємо різке падіння балансової вартості акцій BP у 2020 році, яке було пов'язане з обвалом ринку нафти в цілому світі. Позитивним спостерігаємо відзолення вартості акцій в 2021 на 9%. Як ми можемо відмітити компанія BP є сильно залежною від світових тенденцій на ринку на нафти і в разі його коливань її акції можуть як і падати так і зростати, про що свідчить позитивна динаміка протягом 2015-2017, коли на ринку нафти ціни були стабільними, спостерігався попит і були відсутні коливання у бік зниження цін.

BP складається з диверсифікованої структури акціонерів із 20102,5 мільйонами акцій у обігу [40,41]. Найбільшим акціонером BP є BlackRock Inc, американська глобальна корпорація з управління інвестиціями, яка має 10,26% акцій. Vanguard Group Inc, зареєстрована в США інвестиційна консалтингова компанія, є другим за величиною акціонером з часткою 4,39%. Третьою за величиною з часткою лише 2,59% є Legal & General Group PLC, британська багатонаціональна компанія, що надає фінансові послуги (рис. 2.10).

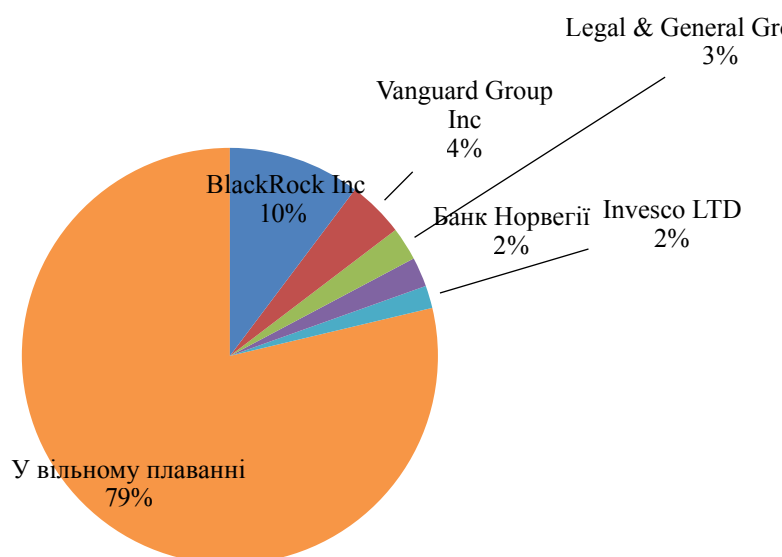


Рис. 2.10 – Структура акціонерів ВР, %

Джерело: Складено автором на основі [42]

Основними акціонерами ВР є інвестиційні консультанти, які володіють ETF (Біржовий інвестиційний фонд) з розвідки та видобутку нафти та газу. Відповідно вони розглядають пасивні інвестиції, не втручаючись безпосередньо в управління ВР (див. рис. 2.11).

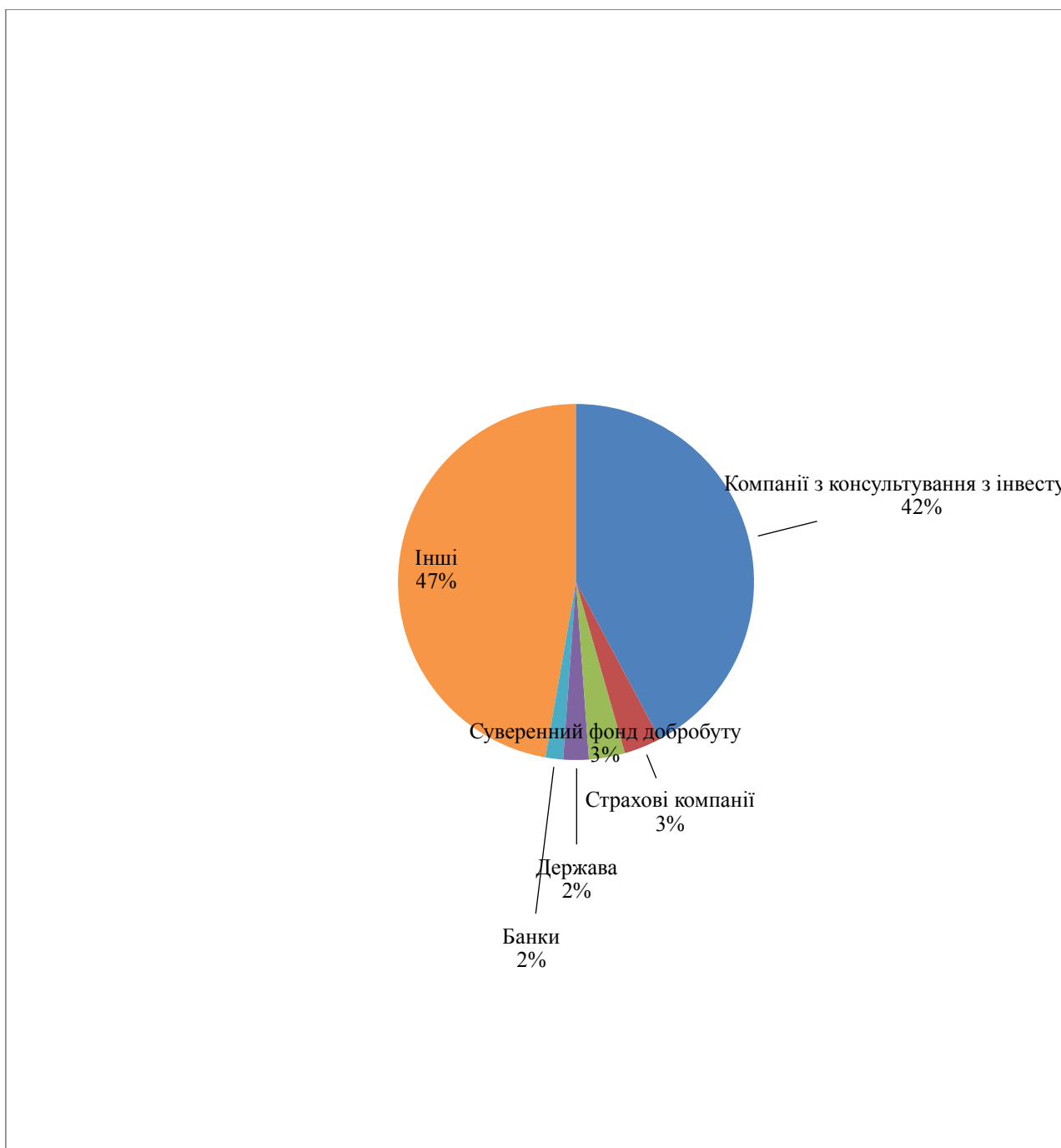


Рис. 2.11 – Структура акціонерів ВР за напрямком діяльності власників акцій, %

Джерело: Складено автором на основі [42]

ВР має три типи акцій: звичайні акції, що становлять 99,58% всього випущеного номінального акціонерного капіталу компанії (за винятком акцій, що перебувають у казначействі), за принципом «одна акція — один голос»; привілейовані акції, що становлять 0,42%, за принципом «одна акція – два

голоси» та принцип АДА, які мають права власності на шість звичайних акцій ВР. Основні акціонери компанії не мають різних прав голосу, і цей принцип захищає міноритарних акціонерів, надаючи їм однакові права голосу для кандидатів у раду директорів та право на отримання дивідендів.

Звичайні акції ВР публічно торгуються на Лондонській фондовій біржі та Франкфуртській фондовій біржі. Американські депозитарні акції (АДА) ВР публічно торгуються на Нью-Йоркській фондовій біржі (NYSE), і одна АДА ВР надає права власності на шість звичайних акцій ВР.

Детальніше про динаміку цін на акції ВР показано на рисунку 2.12 та 2.13



Рис. 2.12 – Динаміка цін на акції ВР на Лондонській фондовій біржі за 2017-2022рр, дол США.

Джерело: Складено автором на основі [43]

Як ми можемо побачити на графіку 2.12 рекордного мінімуму акції ВР зазнали в період пандемії Коронавірусу та нафтової війни Росії та Саудівської Аравії, які в сумі вплинули на те що вартість акцій ВР становила 196,6 дол. Вартість акцій компанії почала відновлюватися із стабілізацією ціни на нафту та збільшенням ціни на нафту і на кінець 2021 року піднялася на 168% і сягнула 330 дол.



несприятливі для фондових ринків. По-друге, динаміка розвитку економіки відбивається на цінах на нафту.

Курс акцій British Petroleum дуже чутливий до динаміки нафтових цін. Отже, угоди ОПЕК щодо регулювання обсягів видобутку нафти, обсяги виробництва чорного золота у США та Китаї відбиваються на котируваннях.

BP має чітку політику виплати дивідендів акціонерам, спрямовану на забезпечення прогресивної дивідендної політики. Поточна дивідендна доходність BP становить 6,30%, відносно стабільна за останні 6 років і варіюється від 5,70% до 7,50%. Це значення виправдане історично виплачуваним середнім дивідендом у розмірі 40,00 центів на акцію, що дозволяє зробити висновок про те, що BP завжди виплачуватиме дивіденди своїм акціонерам, навіть якщо вона отримає негативний прибуток на акцію (приклад у 2015 році). Крім того, BP пропонує програму виплати дивідендів у вигляді купонів, яка дозволяє власникам звичайних акцій та власникам АДА обрати отримання нових повністю оплачених акцій чи АДА замість грошових дивідендів. Програма була схвалена акціонерами на Річних загальних зборах у 2010 році, і це схвалення було підтверджено як на річних загальних зборах у 2015, так і у 2018 році (рис. 2.14).

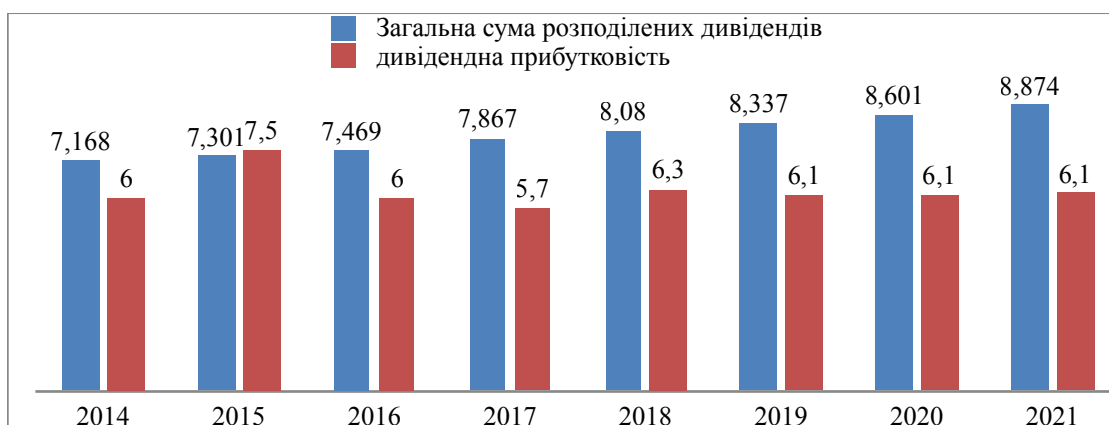


Рис. 2.14 – Динаміка загальної суми розподілених дивідендів BP та їх прибутків за період 2014-2021 рр

Джерело: Складено автором на основі [45]

BP визнана на ринку за управління сильним і диверсифікованим бізнес-портфелем, який включає розвідку і переробку, переробку та відновлювану енергію, а також усталену торгову функцію. Її стратегія диверсифікації підтримується глобальною присутністю у понад 70 країнах.

BP має унікальне партнерство з "Роснефтью", найбільшою нафтовою компанією Росії (частка участі 19,75%). Це дозволяє BP залишатися стійкою в світі, що змінюється, маючи можливість гнучко адаптуватися до мінливих тенденцій і законодавству, а також допомагає BP пом'якшувати вплив циклів ціноутворення на товари.

Така міцна позиція BP на ринку дозволяє компанії займати стійке положення та гарантує її акціонерам стабільний прибуток та вигоди, які вони можуть отримати при покупці акцій BP.

Отож в підсумку на основі аналізу другого розділу ми можемо стверджувати що компанія BP є одним із лідерів на світовому ринку нафти і опосередковано впливає на рівень цін. Аналізуючи динаміку рівня цін на акції BP можна зробити висновки, що акції компанії є прибутковими і незважаючи на їх падіння у кризові періоди, вже на наступний рік компанії відновлює їхню ціну. Отож аналізуючи прибутковість та вигідність купівля акцій компанії в цілому є вигідним вкладенням в майбутнє, так як нафти є була і залишається одним із найцінніших продуктів у світі.

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕМІСІЙНОЇ ПОЛІТИКИ BRITISH PETROLEUM

3.1. Шляхи вдосконалення емісійної діяльності

Проаналізувавши емісійну діяльність компанії BP ми можемо зробити висновки, що акції компанії є прибутковими та рівень цін на них стабільно високий. Проте для того щоб забезпечити ріст акції компанії не достатньо лише отримувати прибутки від своєї діяльності проте потрібно зробити акцент на розширення профілю самої емісійної політики BP.

Для вдосконалення емісійної політики BP ми пропонуємо розробити інноваційний продукт – замітник бензину, який може стати успішним проектом та в разі підвищити акції компанії BP та найняти на роботу SMM- менеджера, який буде займатися просуванням нового продукту в соціальних мережах.

Детальніше розглянемо кожен із запропонованих заходів та визначимо приблизні витрати на їх впровадження.

Ціни на паливному ринку зростають стрімко, і найкращі з них шукають економічніші замітники бензину. Особливо пильну увагу привертають нові технології на основі етанолу.

США та Бразилія з 1970-х виробляють замітники бензину на етанолі, що отримується після переробки рослинної сировини. Європа тестує паливні спирти з початку 2000-х, і сьогодні дешеві замітники значно потіснили бензин у всіх країнах ЄС, особливо у Швеції, Іспанії, Німеччині.

В компанії BP теж велися мляві розробки в цьому напрямку, але поки що нафта була дешевою, не було і стимулів до відкриття. Скажене зростання цін на бензин в останні роки стало таким стимулом, що розробка нового виду палива, дешевого, здатного повністю замінити бензин є актуальною і прибутковою. Це суміш на основі біоетанолу (до 40%) та продуктів нафтопереробки. Дане паливо буде не так агресивне та згубне для паливної системи автомобіля, завдяки низькому вмісту смол та сірки.

Суміш на основі етилового спирту може значно здешевити експлуатацію автомобілів зі стандартним двигуном.

Крім того, що він реально дешевше за бензин, етанол ще й набагато екологічніший. Якщо брати весь цикл існування, від етапу виробництва до викиду в атмосферу через вихлопну трубу, бензин значно небезпечніший за етанол у плані накопичення в атмосфері парникових газів. Як показує піввіковий досвід США та Бразилії, етанол менше забруднює навколишнє середовище, повітря стає чистішим як мінімум на 20%.

З цього можемо зробити висновок, що новий вид полива не тільки може бути безпечним у використанні для автомобілів, але й прибутком для компанії ВР. Отож впровадження нової лінії виробництва нового виду топлива є актуальним для компанії ВР і дозволить корпорації зайняти нову нішу на світовому ринку і відповідно при успішності реалізації даного проекту відбудеться ріст акцій. Детальніше витрати на впровадження нової лінії виробництва пропонуємо розглянути у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Витрати на впровадження лінії виробництва нового виду топлива в компанії ВР

Статті витрат	Сума, дол. США
Витрати на розробку формули нового виду топлива	25000
Витрати на облаштування цеху	500000
Витрати на найм та оплату праці персоналу (для початку 10 чоловік включно з керівником проекту буде достатньо)	85000
Втрати на маркетинг та просування нової продукції	20000
Витрати на рекламу та безкоштовні пробники	25000
Всього витрати	655000

Джерело: Складено автором

Аналізуючи вище наведені витрати, ми бачимо, що найбільше потрібно витратити на облаштування нового цеху у компанії ВР, яке включатиме у себе

закупівлю нової техніки та обладнання, яке необхідне для виробництва безфосфатного прального порошку. Також важливими є витрати на дослідні роботи і розробку формули нового продукту, до яких ми включимо витрати на оплату праці відділу розробки досліджуваного підприємства, в середньому на потрібно 2 чоловік та місяць часу. До витрат ми ще включили витрати на оплату праці працівникам, які будуть зайняті виробництвом у новому цеху та витрати на просування безфосфатного порошку для початку на ринку Великобританії. До прикладу витрати на рекламу (друк брошурок та розповсюдження, безкоштовні пробники, які можна роздавати в торгових центрах на заправках, тощо). Згідно наших розрахунків компанії ВР потрібно інвестувати 655 тис. дол на впровадження виробництва нового виду топлива. Це дасть можливість не тільки зарекомендувати себе як екологічно чистого виробника, але й отримати немалі прибутки та відповідно підняти рівень цін на акції компанії ВР.

Основаними плюсами запровадження лінії виробництва нового виду топлива для компанії ВР є наступні:

1. Завоювати нову нішу на ринку – так як еко-виробництво є дуже популяризованим на сьогодні і люди готові купляти товар, який не приносить шкоди, то у компанії ВР є всі шанси отримати цю нішу. В Україні ця ніша не зайнята.
2. Створити позитивний імідж, бо підприємство дбатиме не тільки про екологію, але й про здоров'я своїх споживачів.
3. Підвищити об'єм своїх продаж – новий вид топлива може стати топом продажу і створити конкуренцію на світовому нафтовому ринку.
4. Збільшити свої кінцеві доходи – завдяки підвищенню об'ємів продаж компанія ВР збільшить і свій дохід від реалізації.
5. Зросте дохідність з однієї акції – відповідно до популяризації товару на ринку акції компанії прогнозовано мають зростати та приносити прибутки компанії ВР

Другим заходом з покращення емісійної діяльності компанії ВР є створення спеціальності SMM-менеджера, яка буде займатися рекламою нового

продуктуна ринку. Тобто найняти людину, яка буде працювати з Інтернет-спільнотами і основним його завданням буде привернути увагу людей до бренду, який він просуває і конвертувати їх в клієнтів.

Основні роботи, які буде робити SMM-менеджер для того щоб новий продукт компанії ВР був відомим у соціальних мережах серед світового населення:

1. Регулярно наповнювати сторінки бренду контентом - тобто щоденно добавляти нові пости на сторінки у Facebook та Instagram цікавими статтями та фото, які будуть дотичні до розробки нового продукту, до прикладу фото з лабораторії, аргументувати тим що ми відкриті і нічого не приховуємо, тощо.
2. Демонструвати переваги товару - тобто користь від продукту, яку може отримати людина, можна продемонструвати переваги цього ж нового виду топлива у порівняння з бензином і на основі порівняння виділити його ключові переваги.
3. Знаходити цільову аудиторію – як відомо компанії ВР є нафтопереробною компанією та виробником топлива і основним завданням SMM-менеджера в цьому напрямку є знайти ключових клієнтів, з якими в майбутньому можна підписати договір про поставку своєї продукції.
4. Популяризувати новий вид топлива - постійно роботи наголошення про переваги роботи з підприємством і користь, яку принесе даний вид топлива, до прикладу пост про винайдення формули нового виду топлива, який завдає меншої шкоди екології та не забруднює навколишнє середовище.
5. Спілкуватися з користувачами та робити їх своїми клієнтами - SMM-менеджера має знати все про новий вид топлива компанії ВР і вміти переконати потенційних клієнтів здійснити його покупку, надавши повну консультацію по товару.
6. Управляти репутацією бренду – компанія ВР займається видобутком та переробкою нафтової продукції і певною мірою завдає шкоди екології

регіону, а SMM-менеджеру потрібно дбати про репутацію підприємства шляхом створення публікацій про його соціальну відповідальність (до прикладу працівники підприємства в суботу вирішили прибрати територію парку в місті і відповідно зробити про це коротку публікацію в соціальних мережах).

Основними витратами для впровадження SMM-менеджера в компанії ВР є його заробітна плата, яка в середньому на ринку праці коливається від 10 до 12 тис. дол. Детально робота SMM-менеджера на досліджуваному підприємстві показана на рис. 3.1.

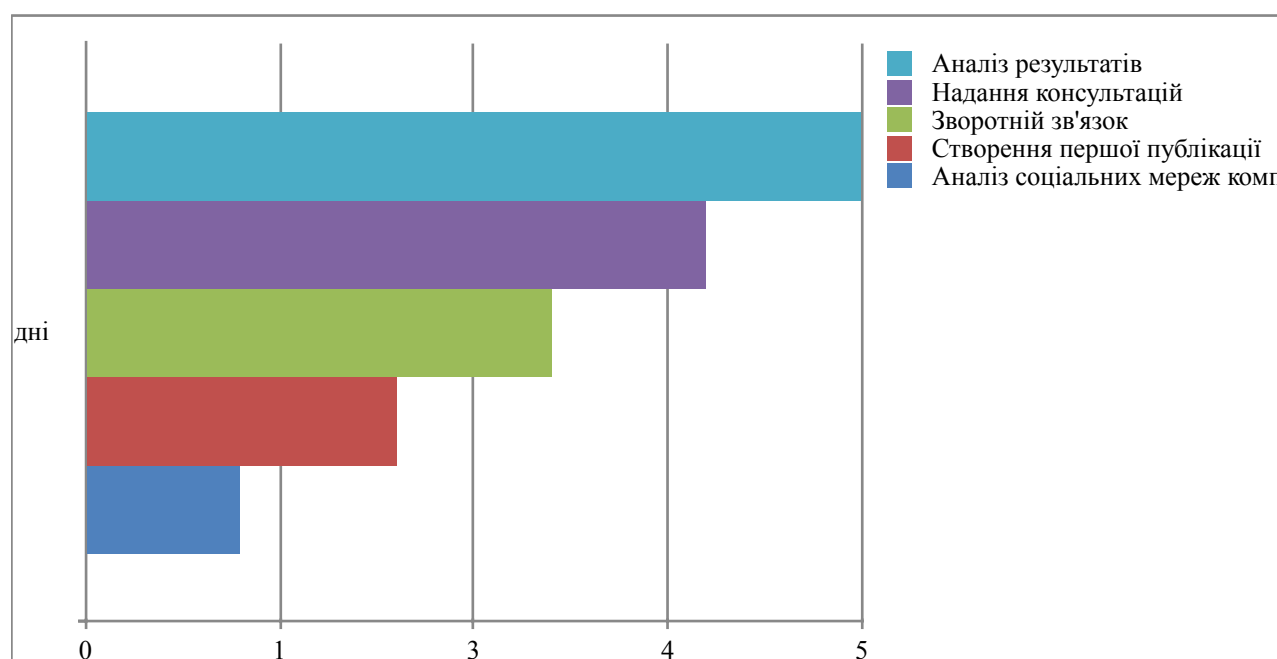


Рис. 3.1 - План роботи на тиждень для SMM-менеджера в компанії ВР

Джерело: Складено автором

Спеціальність SMM-менеджера є необхідною для компанії в плані створення його репутації на світовому ринку та популяризації нового виду топлива через соціальні мережі, які на сьогодні є надзвичайно популярними, що в свою чергу і вплине на зростання іміджу компанії ВР і відповідно рівня прибутковості її акцій.

Створення спеціальності SMM-менеджера в компанії ВР матиме наступні переваги:

1. Збільшення кількості продаж за рахунок ефективної комунікації з клієнтами через соціальні мережі.
2. Популяризація нового виду топлива, розробленого компанією ВР, так як на сьогодні багато людей дізнаються інформацію саме через мережу Інтернет та соціальні мережі.
3. Збільшить кількість підписників та відповідно які можуть безкоштовно рекламувати новий вид топлива компанії ВР серед своїх друзів та знайомих.
4. Збільшить прибутки, за рахунок створення постів у соціальних мережах та кількості підписників можуть зрости і продажі, які прямопропорційно впливають на дохід компанії ВР та зростання ціни на її акції.

Отже запропоновані заходи з удосконалення емісійної діяльності компанії ВР повинні дати позитивний економічний ефект на її діяльність, збільшивши рівень цін на акції, який ми пропонуємо проаналізувати в наступному розділі.

3.2. Оцінка економічної ефективності запропонованих заходів

На основі запропонованих заходів щодо удосконалення емісійної політики компанії ВР пропонуємо детально оцінити їхню економічну ефективність.

Нами було запропоновано запровадження нової лінії виробництва нового виду топлива, загальні витрати на впровадження і виробництво якої склали 655 тис. дол.

Наступним проаналізуємо прогнозований об'єм продаж даного виду топлива компанії ВР (див. рис. 3.2)



Рис. 3.2 - Прогнозований об'єм продажу нового виду топлива компанією ВР

Джерело: Складено автором

Отже проаналізувавши прогнозований об'єм продаж нового виду топлива компанією ВР ми бачимо, що точка беззбитковості буде у січні 2023 року, де ми очікуємо прогнозований дохід 672 тис. дол. США (ми потратили на впровадження виробництва безфосфатного порошку 655 тис. дол. США). Вихід в зону беззбитковості займе в підприємства майже рік, перш за все через те що на розкрутку нового продукту знадобиться щонайменше пів року, щоб споживачі почали йому довіряти і були готові робити нові покупки і рекомендувати цей пральний порошок своїм друзям і знайомим. Вже з лютого наступного року компанія ВР вийде на прибутки.

Підіб'ємо підсумки і проаналізуємо збільшення матеріальних витрат і доходу від реалізації компанії ВР після запровадження виробництва нового виду топлива.

Таблиця 3.2

**Економічна ефективність від провадження нової лінії виробництва
нового виду топлива в компанії ВР**

Показник	Сума, дол. США
Матеріальні витрати (сталі)	6363559
Дохід від реалізації (сталий без нового товару)	6999686
Витрати на впровадження нової лінії виробництва	655000
Всього матеріальні витрати вже з новою лінією виробництва	7018559
Очікуваний дохід від реалізації нового виду топлива	672000
Дохід, який отримає підприємство додатково від впровадження лінії виробництва прального порошку	7671686
Дохідність (вигода) безфосфатного прального порошку	653127

Джерело: Складено автором

Отже, аналізуючи ефективність даного заходу, ми бачимо, що продажі нового виду топлива компанії ВР вийдуть на рівень беззбитковості і корпорація почне на цьому заробляти вже на 10 місяць після випуску цього топлива на ринок і загальна дохідність компанії ВР від впровадження виробництва нового виду топлива становитиме 653127 дол. США за умови, якщо не зростуть матеріальні витрати і не упадуть об'єми продаж.

Наступним проаналізуємо ефективність від провадження спеціальності SMM-менеджера в компанії, дані прогнозу від впливу даної спеціальності на об'єм продаж наведемо у табл. 3.3

Таблиця 3.3

Показник	Бер. 22	Квіт. 22	Трав. 22	Чер. 22	Лип. 22	Серп. 22	Вер. 22	Жов. 22	Лист. 22	Груд. 22
Витрати на оплату праці SMM-менеджера	12500	12500	12500	12500	12500	12500	12500	12500	12500	12500
К-ть відвідувачів соціальних мереж	50	70	150	250	500	700	1100	1700	2500	3000
К-ть відвідувачів, які придбали товар	5	7	15	25	50	70	110	170	250	300
На яку суму в середньому куплятиме товарів людина (тобто середні ціна в чеку)	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Сума продажу	750	1050	2250	3750	7500	10500	16500	25500	37500	45000
Дохідність заходу	-11750	-11450	-10250	-8750	-5000	-2000	4000	13000	25000	32500

Економічна ефективність від спеціальності SMM-менеджера в компанії ВР

Джерело: Складено автором

Аналізуючи економічну ефективність, яку отримає компанія ВР від впровадження спеціальності SMM-менеджера, ми бачимо, він почне заробляти сам на себе вже у вересні 2022 року, додавши 4000 доларів до доходу компанії, і вже на кінець грудня прибутки компанії ВР від роботи SMM-менеджера, зростуть на 800% і він окупить витрати на свою зарплату і принесе підприємству дохід в розмірі 32500 дол. Отже впровадження SMM-менеджера на нашому підприємстві є дохідною ідеєю, яка не тільки покращить його імідж, але й збільшить дохід.

Компанія ВР має великий потенціал у галузі нафтової промисловості не тільки в Великобританії, але й в цілому світі і може використати запропоновані заходи для підняття ефективності своєї емісійної діяльності і підвищення рівня прибутковості акцій.

Отож на основі аналізу ефективності заходів щодо вдосконалення емісійної політики пропонуємо зробити проноз ціни на акції компанії ВР методом потрійного експоненційного згладжування.

Дані для прогнозу наведені в таблиці 3.4

Таблиця 3.4

Прогноз ціни акцій компанії ВР методом потрійного експоненційного згладжування

Рік	Rok	yt	Ft	St	Прогнозна ціна на акції) yt*	forecasting errors.	Mean Absolute Deviation	Mean Squared Error	Mean Absolute Percent error
						yt-yt*	yt-yt*	(yt-yt*) ²	
2004	99	54,1	54,0996	10,3					
2005	98	64,4	64,4	10,3004	64,4	0,0	0	0	
2006	0	68,9	72,38	9,37	74,7	-5,8	5,79	33,58	8,41
2007	1	68,5	76,46	7,25	81,8	-13,2	13,24	175,30	19,32
2008	2	59,8	74,13	3,42	83,7	-24,0	23,96	573,90	40,09
2009	3	48,9	66,08	-1,17	77,6	-28,7	28,68	822,55	58,68
2010	4	45,3	57,07	-4,31	64,9	-19,6	19,62	385,01	43,32
2011	5	43,4	49,01	-5,81	52,8	-9,4	9,39	88,12	21,64
2012	6	42,4	42,86	-5,94	43,2	-0,8	0,83	0,69	1,96
2013	7	43,1	39,41	-4,95	36,9	6,2	6,21	38,62	14,41
2014	8	46,9	39,45	-2,95	34,5	12,5	12,46	155,23	26,55
2015	9	37,4	36,87	-2,80	36,5	0,9	0,95	0,90	2,53
2016	10	33,0	33,64	-2,97	34,1	-1,1	1,07	1,16	3,26
2017	11	36,5	32,98	-2,05	30,7	5,8	5,79	33,52	15,88
2018	12	42,8	35,70	-0,14	30,9	11,9	11,91	141,95	27,81
2019	13	40,2	37,43	0,61	35,6	4,7	4,67	21,79	11,60

2020	14	24,1	32,48	-1,62	38,0	-13,9	13,89	192,84	57,51
2021	15	25,8	28,83	-2,43	30,9	-5,1	5,07	25,70	19,66
2022	16				32,0				372,64
2023	17				33,9				23,29

Джерело: Складено автором

В підсумку пропонуємо зобразити графічно прогнозну та фактичну ціну акцій компанії ВР та визначити точність прогнозу ціни акцій на майбутні періоди (див. рис. 3.3).

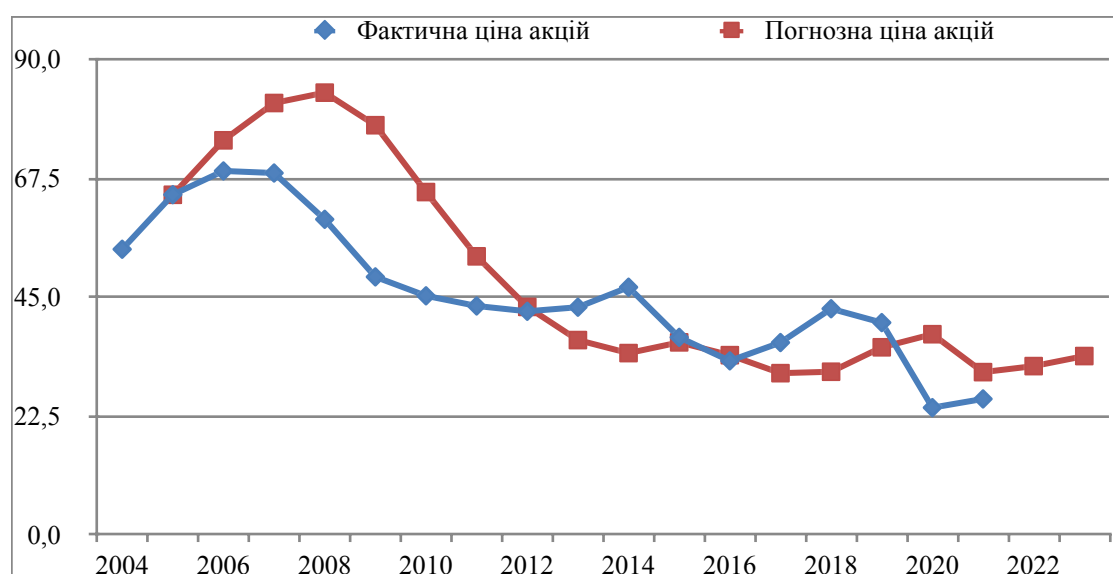


Рис. 3.3 – Прогнозна та фактична ціна акцій компанії ВР за період 2004 – 2023 рр

Джерело: Складено автором

Як ми можемо побачити з рисунку 3.3 прогнозна ціна акцій компанії ВР починаючи з 2012 року не сильно відрізнялась від її фактичної, отож прогноз даним методом є імовірним у реалізації і згідно якого ціна на акції компанії ВР у 2023 році зросте на 9,8% в порівнянні з 2021.

Шляхи, які ми пропонуємо впровадити компанії ВР повинні призвести до вдосконалення її емісійної політики та відповідно підняття ціни на акції. В основному підняття ціни на акції може відбутися за рахунок впровадження нового виду палива, який буде інноваційним продуктом і при правильному

його позиціонуванні може стати так званим голубим океаном і не тільки збільшити ціни на акції BP, але й вивести компанію на інноваційний рівень і закріпити за нею місце новатора у сфері продукції нафтової переробки.

ВИСНОВКИ

У ході написання дипломної роботи нами було розглянуто та проаналізовано емісійну політику корпорацій на прикладі компанії British Petroleum та запропоновано основні шляхи покращення її емісійної політики та були виконанні поставлені завдання

1. На основі опрацювань праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, ми визначили, що емісія цінних паперів – сукупність цивільно-правових угод, адміністративних актів, організаційно-розпорядчих дій, а також дій, що їх забезпечують (зміст емісії), що здійснюються емітентом іншими особами у порядку їм встановленому формі, послідовності та у строки (процедура емісії), та спрямованих на розміщення або обіг цінних паперів, а в кінцевому рахунку – на задоволення економічних потреб громадян, юридичних осіб та (або) держави.
2. Сутність емісійної політики корпорацій полягає у випуску цінних паперів корпорації для залучення додаткових фінансових коштів на позикових умовах (якщо йдеться про випуск облігацій) або збільшення статутного капіталу (якщо йдеться про випуск акцій). Емісійні операції корпорацій здатні викликати як позитивну, і негативну реакцію своїх інвесторів. Іноді дії, націлені на позитивні процеси, можуть викликати негатив в очах акціонерів компанії та привести до зниження ринкової капіталізації вартості корпорації. Отож емісійна політика корпорації є частиною загальної інвестиційної стратегії із залучення додаткового обсягу коштів за рахунок випуску та розміщення на ринку цінних паперів власних акцій.

3. Етапи емісії цінних паперів включають в себе сукупність таких послідовних дій як: збір необхідних фінансових даних, маркетингової інформації та різних відомостей про діяльність компанії; проведення фінансової та юридичної перевірки фінансово-господарської діяльності компанії; підготовку проспекту емісії; проведення маркетингової кампанії та пропозиція акцій на продаж у ході Road Show. Процес емісії акцій закінчується продажем всіх акцій, що розміщуються, і отриманням компанією доходу.

4. Компанія British Petroleum. Група BP (British Petroleum) була заснована в 1909 після відкриття запасів нафти в Аравійському світі (на території сучасного Ірану) під назвою «Англо-перська нафтова компанія» як компанія Британської імперії. Найбільші запаси газу компанії BP знаходяться у США, Південній Америці, Китаї та Індонезії. Що стосується транспорту, то BP володіє та керує глобальною мережею трубопроводів довжиною понад 25 700 миль. Крім того, BP належить міжнародному танкерному флоту з більш ніж 40 суден. В даний час BP працює приблизно у 80 країнах та виготовляє близько 3,2 мільйона барелів на день. Це один із найбільших виробників нафти та газу у всьому світі. Компанія має близько 17000 сервісних станцій по всьому світу. BP належить частина акцій найбільшій у світі нафтогазової компанії "Роснефть". British Petroleum також зареєстровано на Лондонській фондовій біржі. Також є вторинні лістинги компанії на Франкфуртській фондовій біржі. BP є яскравим прикладом успішної ТНК, яка за свою майже столітню історію стала одним із найбільших гравців на світовому ринку нафти та газу та з кожним роком тільки збільшую силу свого впливу та світову експансію.

5. Загалом, провівши аналіз фінансової стійкості та прибутковості BP за період з 2014 по 2019 рік, можна зробити висновок, що BP працювала у цей період досить успішно. Вона спромоглася конкурувати з іншими компаніями з цієї галузі. Компанія була платоспроможною у

короткостроковій та довгостроковій перспективі. Підприємство генерувало прибуток із позитивним NCFО практично у всі досліджувані періоди. Він активно використав власний капітал, а також позикові кошти для підтримки своєї діяльності. Вільний грошовий потік був позитивним у багатьох періодах, що означає, що компанія вела бізнес вигідно для своїх акціонерів та кредиторів.

6. Аналізуючи динаміку рівня цін на акції ВР можна зробити висновки, що акції компанії є прибутковими і незважаючи на їх падіння у кризові періоди, вже на наступний рік компанії відновлює їхню ціну. Отож аналізуючи прибутковість та вигідність купівля акцій компанії в цілому є вигідним вкладенням в майбутнє, так як нафти є була і залишається одним із найцінніших продуктів у світі.

7. Для того щоб забезпечити ріст акції компанії не достатньо лише отримувати прибутки від своєї діяльності проте потрібно зробити акцент на розширення профілю самої емісійної політики ВР. Отож, для вдосконалення емісійної політики ВР ми пропонуємо розробити інноваційний продукт – замітник бензину, який може стати успішним проектом та в разі підвищити акції компанії ВР та найняти на роботу SMM- менеджера, який буде займатися просуванням нового продукту в соціальних мережах.

8. Запропоновані заходи з удосконалення емісійної діяльності компанії ВР повинні дати позитивний економічний ефект на її діяльність, збільшивши рівень цін на акції. Отож шляхи, які ми пропонуємо впровадити компанії ВР повинні призвести до вдосконалення її емісійної політики та відповідно підняття ціни на акції. В основному підняття ціни на акції може відбутися за рахунок впровадження нового виду топлива, який буде інноваційним продуктом і при правильному його позиціонуванні може стати так званим голубим океаном і не тільки збільшити ціни на акції ВР, але й вивести компанію на інноваційний

рівень і закріпити за нею місце новатора у сфері продукції нафтової переробки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Базилевич В. Д., Приказюк Н. В., Лобова О. М. (2020) ЦИФРОВІЗАЦІЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ DOI: [10.32702/2306-6806.2020.2.15](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.2.15)
2. Бершадський А.О., Юрчишена Л.В. Акціонерні товариства: тенденції, проблеми функціонування та ди відендна політика. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. № 3. С. 9 —102.
3. Бурмака М. Креативізація глобального інвестиційного процесу. Міжнародна економічна політика. 2018. № 2(29). С. 37-54.
4. Варналій З. С., Мехед А. М. Використання теорії нечітких множин для оцінки рівня фінансової безпеки підприємства // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". - 2019. - №2. – С. 81-87.
5. Градобитова Л.Д., Исаченко Т.М. Транснациональные корпорации в современных международных экономических отношениях. Москва : «Анкил», 2017. С. 2–15.

6. Григораш Т. Ф., Мягков О. С., Воеводський Г. Ю. Облігації як інструмент залучення грошових ресурсів. Приазовський економічний вісник. Серія «Гроші, фінанси і кредит». 2019. Вип. 3. С. 362–368. URL: [http:// rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/61.pdf](http://rev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/61.pdf)
7. Демченко А.В. Этапы IPO URL: https://www.iteam.ru/publications/corporation/section_98/article_3195/ (дата звернення: 01.02.2022).
8. Дивіденди BP (2022) URL: <https://www.bp.com/en/global/corporate/investors/information-for-shareholders/dividends.html> (дата звернення: 15.02.2022)
9. Кнір М.О., Ковальчук І.С (2021) Емісійна політика корпорацій, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, «Молодий вчений», № 8 (96) серпень, 2021 , DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-8-96-25> УДК 658.14
10. Косова Т.Д., Ярошевська О.В. Функції та роль фондових індексів на фінансовому ринку України. Економіка. Фінанси. Право. 2017. № 1. С. 19—23.
11. О.В Чеберяко (2018) КРИПТОВАЛЮТИ: ЕРА І СФЕРА ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2018; 1(196): 40-46 УДК 336.743 JEL classification: E49 DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2018/196-1/6> (дата звернення: 15.02.2022)
12. Пашинська А. П'ять найпопулярніших криптовалют світу. Окрім біткойна // Еспресо ТВ. – 4 вересня 2017 р. – Режим доступу: https://espresso.tv/article/2017/08/30/alternatyvni_kryptovalyuta (дата звернення: 15.02.2022)
13. Плешакова Н. А. Інноваційний розвиток як гарантія фінансової стабільності України (2015) <file:///C:/Users/user/Downloads/innovatsionnoe-razvitiye-kak-garantiya-finansovoy-stabilnosti-ukrainy.pdf> (дата звернення: 15.02.2022)

14. Резнік Н. П., Дяченко Я. Є. Проблеми та перспективи формування фондових бірж в Україні. Сучасні питання економіки і права. 2018. № 1. С. 119–128.
15. Сусь Е. Е., Дудакова Л. Г. Влияние прямых иностранных инвестиций транснациональных корпораций на экономику принимающих стран. Молодой ученый. 2018. №13. С. 264-266. URL: <https://moluch.ru/archive/199/48958> . (дата звернення: 28.01.2022).
16. Финансовая отчётность BP(2021) URL: <https://ru.tradingview.com/symbols/NYSE-BP/financials-balance-sheet/> (дата звернення: 01.04.2022).
17. Ціна на акції BP на Лондонській фондовій біржі (2022) URL: <https://www.londonstockexchange.com/stock/BP/bp-plc/company-page> (дата звернення: 15.02.2022).
18. Ціна на акції BP на Франкфуртській фондовій біржі (2022) URL: <https://www.boerse-frankfurt.de/equity/bp-plc-reg-shares> (дата звернення: 15.02.2022).
19. Якубовський С.О. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності. Київ, 2015. 488 с.
20. Ярошевська О.В. Механізми формування капіталу суб'єктів господарювання в умовах розвитку фондового ринку України. Крама(торськ: Донбаська державна машинобудівна академія, 2018. 516 с.
21. Alti, A. IPO Market Timing // The Review of Financial Studies. – 2015. – Vol. 18. – No. 3 URL: <https://faculty.mcombs.utexas.edu/aydogan.alti/Research/ipo.pdf> (дата звернення: 30.01.2022).
22. Annual Report and Form 20-F 2014 URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/investors/bp-annual-report-and-form-20f-2014.pdf> (дата звернення: 13.02.2022).
23. Annual Report and Form 20-F 2015 URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/investors/bp-annual-report-and-form-20f-2015.pdf> (дата звернення: 13.02.2022).

24. Annual Report and Form 20-F 2016 URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/investors/bp-annual-report-and-form-20f-2016.pdf> (дата звернення: 13.02.2022).
25. Annual Report and Form 20-F 2017 URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/investors/bp-annual-report-and-form-20f-2017.pdf> (дата звернення: 13.02.2022).
26. Annual Report and Form 20-F 2018 URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/investors/bp-annual-report-and-form-20f-2018.pdf> (дата звернення: 13.02.2022).
27. Annual Report and Form 20-F 2019 URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/investors/bp-annual-report-and-form-20f-2019.pdf> (дата звернення: 13.02.2022).
28. Baker, Scott, Nicholas Bloom, Steven J. Davis and Marco Sammon, 2018. “Coding Large Daily Financial Market Moves: Data Construction Guide”. Available at https://stockmarketjumps.com/files/coding_guide_pdf.pdf(дата звернення: 28.01.2022).
29. Bloomberg (2020) URL: <https://www.bloomberg.com/quote/BP:LN> (дата звернення: 15.02.2022).
30. BP (2021) URL: <https://www.bp.com/en/global/corporate/who-we-are/our-history.html> (дата звернення: 12.02.2022)
31. BP Net Income 2010-2021 | BP (2021) URL: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/BP/bp/net-income> (дата звернення: 01.04.2022).
32. BP Plc: Overview (2021) URL: <https://www.globaldata.com/company-profile/bp-plc/> (дата звернення: 29.03.2022).
33. Corazza M., Funari S., Gusso R. (2016). Creditworthiness evaluation of Italian SMEs at the beginning of the 2007– 2008 crisis: An MCDA approach. North American Journal of Economics and Finance, 38, 1–26.
34. Gautam, Shweta, Vanitha Chadha & Ramesh Kumar Malik (2020). Interlinkages between real exchange rate and capital flows in BRICS

- economies, *Transnational Corporations Review*, 12:3, 219-236, DOI: 10.1080/19186444.2020.1779525
35. Gopinath, Gita, and Jeremy C. Stein. Banking, Trade, and the making of a Dominant Currency. No. w24485. National Bureau of Economic Research, 2018.
36. Krasota O.V., Melnyk T. H., Borysenko O. A. The change in priorities of state regulation of the small businesses' development. URL: http://journals.uran.ua/nvp_chntu/article/view/100946 (дата звернення: 15.02.2022)
37. Leading oil and gas companies worldwide based on revenue as of 2021(in billion U.S. dollars) <https://www.statista.com/statistics/272710/top-10-oil-and-gas-companies-worldwide-based-on-revenue/> (дата звернення: 12.02.2022)
38. Lomonosov D., Polbin A., Fokin N. Shoki sprosa, predlozheniya, DKP i tsen na neft' v rossiyskoy ekonomike (analiz na osnove modeli BVAR so znakovymi ogranicheniyami) // *Voprosy ekonomiki*. 2020. № 10. S. 83–104. / Lomonosov D., Polbin A., Fokin N. Demand, supply, monetary policy, and oil price shocks in the Russian economy (Analysis based on the BVAR model with sign restrictions). *Voprosy Ekonomiki*. 2020. No. 10. Pp. 83-104.
39. Lomonosov D., Polbin A., Fokin N. Vliyanie shokov mirovoy delovoy aktivnosti, predlozheniya nefti i spekulyativnykh neftyanykh shokov na ekonomiku RF // *Ekonomicheskii zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*. 2021. T. 25. №. 2. S. 227-262. / Lomonosov D., Polbin A., Fokin N. The impact of global economic activity, oil supply and speculative oil shocks on the Russian economy // *HSE Economic Journal*. 2021. Vol. 25. No. 2. Pp. 227-262.
40. Loo, Mark Kam Loon & Badar Alam Iqbal (2019). Global competitiveness of BRICS and Canada: implications for business. *Transnational Corporations Review*, 11:2, 97-108, DOI: 10.1080/19186444.2019.1615360
41. Natural gas reserves and production of BP Group from 2011 to 2020 <https://www.statista.com/statistics/302532/natural-gas-reserves-and->

- [production-of-bp/](#) (дата звернення: 12.02.2022).
42. Patlasov O. Y., Vasina N. V. (2014). Borrower's creditworthiness analysis and scoring modelling. *Actual Problems of Economics*, 160(1), 490–503.
43. PricewaterhouseCoopers (PwC). Путеводитель по выходу на IPO. Руководство по размещению ценных бумаг на бирже URL.: http://www.pwc.ru/en_RU/ru/capitalmarkets/assets/roadmap-for-an-ipo-rus.pdf (дата звернення: 01.02.2022).
44. Pulse of Fintech 2018. Global Analysis of Investment in Fintech. KPMG International, 31 July 2018. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/it/pdf/2018/08/Pulse-of-Fintech-H118.pdf> (дата звернення: 30.01.2022).
45. Ross, Andrew G. (2019). Governance infrastructure and FDI flows in developing countries. *Transnational Corporations Review*, 11:2, 109-119, DOI: 10.1080/19186444.2019.1640572
46. Singhal, Nikita, Shikha Goyal & Tanmay Singhal (2020). Insurance-growth nexus: empirical evidence from emerging Asian markets, *Transnational Corporations Review*, 12:3, 237-249, DOI: 10.1080/19186444.2020.1756170
47. The 12 Most Fascinating IPOs of 2021 (2021) URL: <https://www.inc.com/christine-lagorio-chafkin/most-important-ipos-2021.html> (дата звернення: 01.02.2022).
48. The U.S. Energy Information Administration (EIA) (2020) URL: <https://www.eia.gov/> (дата звернення: 31.03.2022)
49. Underwriting Companies (2021) URL: https://www.duns100.co.il/en/rating/Financial_Services/Underwriting_Companies_ (дата звернення: 01.02.2022).
50. WTI Crude Oil Prices - 10 Year Daily Chart (2020) URL: <https://www.macrotrends.net/2516/wti-crude-oil-prices-10-year-daily-chart> (дата звернення: 12.02.2022).

51. Yu, Xie and Chong Koh Ping, 2020. “ ‘It Is All About Faith’: Eager Small Investors Buoy China Stocks in Market Maelstrom”, Wall Street Journal, 26 March.