

І.А. Кораблінова; за заг. ред. проф. В.М. Гранатурова. – Київ: Кафедра, 2013. – С. 266.

2. Офіційний сайт ПрАТ «Датагруп». URL: <https://www.datagroup.ua/ru>.

3. Аналіз угод злиття і поглинання (M&A) в галузі телекомунікацій в період фінансової кризи. «СВ-Консалтинг». URL: <http://www.sv-consulting.com.ua>.

Ковальчук І.С.

студент,

Науковий керівник: Кнір М.О.

кандидат економічних наук, доцент,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЕМІСІЙНА ПОЛІТИКА КОРПОРАЦІЇ

В умовах ринкової економіки значно зросла увага до пошуку джерел фінансування корпорацій. Проведення подібних досліджень має особливе значення, оскільки від правильності оцінки фактичних зовнішніх і власних джерел коштів багато в чому залежить політика залучення додаткових позикових капіталів і підвищення ефективності самофінансування.

Емісійна політика являє собою частину загальної політики, яка спрямована на формування фінансових ресурсів корпорації. Вона полягає в залученні їх необхідного обсягу із зовнішніх джерел шляхом випуску та розміщення на первинному ринку власних цінних паперів (акцій, облігацій тощо).

З позиції фінансового менеджменту основною метою емісійної політики можна визначити залучення на фондовому ринку необхідного обсягу власних фінансових засобів у мінімально короткі терміни [1, с. 32].

Емісія акцій або облігацій підприємства – це сукупність дій емітента щодо здійснення підписки на акції або продажу облігацій [2].

Як відомо, залучення коштів, необхідних для здійснення різного роду проектів, може бути здійснено двома основними способами. Один з них – отримання банківських кредитів або випуск

корпоративних облігацій, другий – мобілізація коштів інвесторів за допомогою випуску акцій, що веде до збільшення власного капіталу акціонерного товариства.

Кожен з цих способів має свої переваги і недоліки. Зокрема, незважаючи на спільність між привілейованими акціями і облігаціями з виплати винагороди у формі фіксованого відсотку, в першому випадку виплата відсотка не обов'язкова і сума, яка підлягає виплаті, не може бути стягнута в судовому порядку, тоді як у другому власники облігацій повинні неодмінно отримати дохід.

У той же час привілейовані акції є власним капіталом акціонерного товариства, а отже, покращують структуру його капіталу в цілому. Це, в свою чергу, знижує ризик акціонерів втратити вкладені в підприємство кошти і підвищує інвестиційну привабливість товариства.

Разом з тим залучення позикових коштів в певних випадках виявляється вигідніше і дешевше випуску акцій. З огляду на це, деякі корпорації обирають так звану стратегію «золотої середини», суть якої зводиться до випуску конвертованих цінних паперів, наприклад облігацій, які згодом можуть бути обмінені на акції.

При виборі напрямку емісійної діяльності акціонерного товариства основне його завдання полягає в його відповідності до стратегії роботи компанії на ринку.

З метою підвищення ефективності емісійної діяльності акціонерного товариства велике значення має вирішення завдань підвищення інвестиційної привабливості компанії для зовнішніх інвесторів. Зокрема, під час обрання найбільш характерного для акціонерного товариства способу залучення коштів інвесторів – випуску акцій – одним з найважливіших напрямків підвищення інвестиційної привабливості підприємства є проведена їм дивідендна політика [3, с. 98].

У кризовий та посткризовий періоди дивідендна політика акціонерного товариства може здійснюватися за трьома основними напрямками:

1. Основна увага приділяється безперервній виплаті дивідендів навіть у несприятливі для компанії терміни.

2. Виплата дивідендів носить суто символічний характер, оскільки основна частина прибутку спрямовується на розвиток виробничої бази.

3. Виплата дивідендів акціями компанії (так звана «капіталізація прибутку») [4, с. 43–48].

Робота з власними акціями на фондовому ринку, отримання максимально можливої фінансової віддачі від цієї діяльності будуть можливі тільки після проведення комплексу заходів, спрямованих на створення і розвиток вторинного ринку акцій. Ці дії будуть сприяти підвищенню інтересу інвесторів до цінних паперів підприємства, і, як наслідок, зростання їх ліквідності і значного збільшення їх вартості на ринку.

У зв'язку з цим може бути сформована емісійна стратегія підприємства на фондовому ринку. Одним з основних завдань розробки інвестиційної політики корпорації є визначення корпоративних цілей і завдань з метою виявлення довгострокових виробничих і фінансових проблем. На цьому етапі визначається рівень потреб у зовнішніх інвестиціях, розробляється стратегія виведення цінних паперів емітента на фондові ринки з урахуванням корпоративних інтересів корпорації.

Обов'язковою умовою підвищення інвестиційної привабливості підприємства є комплекс заходів, що включає докладне і детальне вивчення фінансового стану підприємства, аналіз бухгалтерської звітності, вироблення рекомендацій щодо оптимізації структури пасивів.

З урахуванням наявних тимчасових і законодавчих обмежень комбінована і узгоджена за термінами стратегія формування ринку акцій, як правило, включає в себе наступні основні блоки:

1. Короткостроковий період: відпрацювання концепції розвитку ринку акцій, ефективне управління пакетом акцій та опрацювання ринкової інфраструктури.

2. Середньостроковий період: інформаційне забезпечення інвесторів і створення умов для випуску АДР.

3. Довгостроковий період: просування акцій на міжнародні ринки.

З наведених даних щодо емісійної діяльності акціонерного товариства можна зробити наступні висновки.

1. В сучасних умовах емісійна діяльність корпорації є основним джерелом фінансування її розвитку. Здійснення емісійної діяльності може здійснюватися за двома основними напрямками: випуск корпоративних облігацій і збільшення боргового портфелю, випуск акцій і збільшення власного капіталу.

2. При виборі напрямку емісійної діяльності основна увага приділяється поєднанню обраного напрямку зі стратегією роботи компанії на ринку.

3. Ефективність емісійної діяльності корпорації безпосередньо пов'язана з його інвестиційною привабливістю для зовнішніх інвесторів. Одним з найважливіших напрямків підвищення інвестиційної привабливості підприємства є його дивідендна політика.

Список використаних джерел:

1. Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент як фактор економічного зростання / Л.М. Ремньова // Фінанси України (укр.). – 2012. – № 11. – С. 32–41.
2. Жаріков В.В. Управління фінансами / В.В. Жаріков, В.Д. Жаріков. : навчальний посібник. Вид-во Тамб. дер. ун-та, Тамбов, 2002. – 80 с.
3. Попкова Н.А., Кузнецов С.И. Эмиссионная деятельность акционерного общества и оценка ее эффективности // Экономика и управление. – 2009. – № 9 (47). – С. 98.
4. Грабарник В.Е. (ред.) Бизнес на рынке ценных бумаг. М.: Гранитор, 1992.

Чиж Л.П.

*кандидат економічних наук, професор,
Одеський національний морський університет*

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ В РОЗРОБЦІ МЕХАНІЗМУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Ринкова трансформація умов господарювання вимагає від керівників якісно нового підходу до вирішення проблеми управління сталим розвитком підприємства, незалежно від форми власності,