Оглавление

1. Осуществление IPO (первичного публичного размещения) акций российскими предприятиями: понятие и порядок проведения

2. Задача

Список использованной литературы

1. Осуществление IPO (первичного публичного размещения) акций российскими предприятиями: понятие и порядок проведения

Первичное публичное предложение – ППП, в английском языке – IPO – первая публичная продажа акций частной компании, в том числе в форме продажи депозитарных расписок на акции. Продажа акций может осуществляться как путём размещения дополнительного выпуска акций путём открытой подписки, так и путём публичной продажи акций существующего выпуска акционерами частной компании.

Цель проведения IPO.

Основной целью проведения IPO является получение так называемой «учредительской прибыли» — прибыли, получаемой учредителями акционерных обществ в виде разницы между суммой от продажи выпущенных акций и капиталом, действительно вложенным ими в акционерное предприятие.

Возможность получения учредительской прибыли связана с тем, что цена акций представляет собой капитализированный (по ставке процента) дивиденд, в то время как реально вложенный капитал приносит прибыль по более высокой, чем ставка процента, средней норме прибыли.

Однако появление публичных компаний в определенной отрасли производства в дальнейшем приводит к тому, что капитал в этой отрасли приносит не среднюю прибыль, а только процент. Данный процесс вынуждает частные компании либо также становиться публичными либо применять свой капитал в другой отрасли.

Как одну из целей можно выделить Повышение ликвидности компании. Т.е акционеры после проведения IPO могут продать все свои акции по рыночной цене, причём очень быстро.

Также к целям вывода компании на IPO относится возможность защиты от поглощения недружественными компаниями.

После проведения IPO компания становится публичной, отчётность - ясной и прозрачной, что является приоритетом большинства компаний.

Этапы ППП:

Отчуждение ценных бумаг эмитента в пользу приобретателей в результате сделанного первичного публичного предложения является заключительной стадией целого ряда действий и процедур, которые совершает эмитент с целью максимально эффективной продажи предлагаемых ценных бумаг на рынке. В общих чертах, ППП включает в себя следующие этапы:

Предварительный этап – на данном этапе эмитент критически анализирует своё финансово-хозяйственное положение, организационную структуру и структуру активов, информационную (в том числе, финансовую) прозрачность, практику корпоративного управления и другие аспекты деятельности и по результатам этого анализа стремится устранить выявленные слабости и недостатки, которые могут помешать ему успешно осуществить ППП; данные действия обычно совершаются до окончательного принятия решения о выходе на публичный рынок капитала.

Подготовительный этап — если по итогам предварительного этапа с учётом устранённых недостатков перспектива ППП оценивается эмитентом положительно, то процесс ППП переходит на новый этап — подготовительный, во время которого:

Подбирается команда участников ППП (выбирается торговая площадка, партнеры (консультанты, брокеры, андеррайтеры), с которыми окончательно согласовывается план действий и конфигурация ППП.

Принимаются формальные решения органами эмитента, соблюдаются формальные процедуры (например, осуществление акционерами преимущественного права) и составляются формальные документы (проспект ценных бумаг).

Создается Инвестиционный меморандум — документ, содержащий информацию, необходимую инвесторам для принятия решения (например, цена за акцию, количество акций, направление использования средств, дивидендная политика и т. п.)

Запускается рекламная кампания (в том числе, «гастроли» (роад-шоу) — рекламные поездки руководства эмитента) с целью повышения интереса потенциальных инвесторов к предлагаемым ценным бумагам.

Основной этап — во время основного этапа происходит собственно сбор заявок на приобретение предлагаемых ценных бумаг, прайсинг — определение цены (если она не была заранее определена), удовлетворение заявок (аллокация) и подведение итогов публичного размещения (обращения).

Завершающий этап (aftermarket) — начало обращения ценных бумаг и, в свете него, окончательная оценка успешности состоявшегося ППП.

Настоящий бум ППП связан с выходом на рынок «доткомов» в конце 90-х годов XX века — в рекордном 1999 на рынок впервые вышли свыше 200 компаний, которые привлекли около 200 млрд долларов США

Как правило, первичное размещение акций проводится с привлечением:

* инвестиционных банков или инвестиционных компаний в качестве андеррайтеров и организаторов размещения;
* юридических компаний в качестве консультантов организаторов и/или эмитентов;
* аудиторских компаний;
* коммуникационных агентств в качестве PR/IR консультантов размещения.

ППП обычно предшествует road-show — серия встреч представителей компании с потенциальными инвесторами, на которых осуществляется презентация компании, основных показателей её деятельности и характеристик размещения акций. Ещё один элемент, предшествующий ППП — публичное объявление о размещении.

В российской практике под названием ППП иногда подразумеваются и вторичные размещения на рынке пакетов акций (например, публичная продажа пакетов акций действующих акционеров широкому или ограниченному кругу инвесторов).

Первой российской компанией, разместившей в [1997 году](http://ru.wikipedia.org/wiki/1997_%D0%B3%D0%BE%D0%B4) свои акции на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE), стало ОАО «[ВымпелКом](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%8B%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D0%BB%D0%9A%D0%BE%D0%BC)», торговая марка Билайн.

В 2004—[2007 годах](http://ru.wikipedia.org/wiki/2007_%D0%B3%D0%BE%D0%B4) в России наблюдается взрывной рост количества ППП. За это время свои акции на российских и западных рынках разместили такие компании, как «Калина», «[Иркут](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D1%80%D0%BA%D1%83%D1%82_%28%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F%29)», «Седьмой континент», «[Лебедянский](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B5%D0%B1%D0%B5%D0%B4%D1%8F%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9)», «ВТБ», «[Арсагера](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%80%D1%81%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D1%80%D0%B0)» и т. д. В 2006 году состоялось проведение рекордного ППП государственной нефтяной компании «[Роснефть](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%B5%D1%84%D1%82%D1%8C)» (10,4 млрд долларов США).

2. Задача

По результатам финансового года товарная биржа показала следующие результаты: биржевой товарооборот - 1851932 тыс. руб., прибыль - 757325 тыс. руб. Среднегодовая стоимость основных фондов - 1748399 тыс.руб.; среднесписочный состав сотрудников - 2500 человек. Определить фондоотдачу, рентабельность, фондоемкость и фондооснащенность товарной биржи.

Решение:

Фондоотдача является наиболее обобщающим показателем оценки эффективности использования основных фондов в торговле в целом и в отдельных ее звеньях. Фондоотдача исчисляется делением годового объема товарооборота на среднегодовую стоимость основных фондов, показывая тем самым размер товарооборота на 1 рубль основных фондов.

публичный акция учредительный прибыль

,

где  – фондоотдача;

– товарооборот;

– стоимость основных фондов.

Подставляя цифровые данные в формулу, получим:

Фотд = 1851932 / 1748399 = 1,06 руб.;

Фондооснащенность — экономический показатель, характеризующий обеспеченность предприятия основными фондами; определяется отношением среднегодовой балансовой стоимости основных производственных фондов к среднесписочной численности работников.

,

где  – фондооснащенность;

– среднесписочная численность работников предприятия.

Подставляя цифровые данные в формулу, получим:

Фосн = 1748399 / 2500 = 699,35 тыс. руб.;

Важным аналитическим показателем является фондоемкость, которая рассчитывается как величина, обратная фондоотдаче, и характеризует стоимость среднегодовых основных фондов, приходящихся на рубль товарооборота.

 ,

где  – фондоемкость.

Подставляя цифровые данные в формулу, получим:

Фемк = 1748399 / 1851932 = 0,94 тыс. руб.,

Уровень рентабельности основных фондов характеризует сумму прибыли, приходящуюся на единицу стоимости основных фондов, и рассчитывается отношением прибыли за год к стоимости основных фондов.

,

где  – уровень рентабельности;

 - прибыль.

УР = 757325 / 1748399 = 43,31%.

Список использованной литературы

1. Грязнова А. Г. “Биржевая деятельность” Москва 2005
2. Иващенко А. А. Товарная биржа. -М., "Международные отношения" 2004
3. Маневич В. Функции товарной биржи и основные направления биржевой политики в условиях перехода к рынку. Вопросы экономики. 2006. Т 10.
4. Миркин Я.М. Рынок ценных бумаг России. – М.: Альпина, 2002. – 624 с.
5. Морозов А.Ю. Ценные бумаги. - М., 2009. С.390.
6. Савенков В.П. Ценные бумаги в России. Практическое пособие. - М.: Банковский деловой центр, 2008.
7. Семенкова Е.В. Операции с ценными бумагами. - М.: Перспектива, 2007.