МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОУ ВПО «МАРИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджмента и бизнеса

**Курсовая работа**

по дисциплине «Инвестиционный менеджмент»

по компании ОАО «М.видео»

:

Выполнил :ст.гр. МГ-41 Тихонов А.В.

Руководитель : к.эк. н.,

доцент каф. МиБ. Васильева Н. В.

Йошкар-Ола

2009

Содержание

Введение

1. Фундаментальный анализ: региональный аспект

2 ДИАГНОСТИКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ

3 технический анализ ценных бумаг (акций)

3.2 АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННЫХ КАЧЕСТВ

3.3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЛОЖЕНИЙ

Заключение

Список литературы

Приложение

**Введение**

При определении основных направлений инвестиционной политики необходимо исходить из того, что государство должно иметь четкие среднесрочные и долгосрочные ориентиры своего развития и выполнять свои основные функции — стать эффективным управляющим. Для этого необходимо вернуться к частичному планированию экономики, особенно при реализации крупных проектов в различных отраслях экономики, создающих базу для развития всего народнохозяйственного комплекса страны.

Основными целями экономической политики государства являются восстановление и развитие человеческого и производственного капитала. Инвестиционная политика государства должна быть направлена на реализацию этих целей.

Инвестиционный климат в нашей стране пока крайне неблагоприятен для капиталовложений, и даже такие факторы как природные ресурсы России, мощный (хотя технически устаревший и хронически недогруженный) производственный аппарат, наличие дешёвой и достаточно квалифицированной рабочей силы, высокий научно-технический потенциал не привлекают инвесторов. Теперешнее состояние инвестиционного климата не даёт надежды на скорое оздоровление экономики России, и необходимы активные действия государства по улучшению инвестиционной политики в стране.

Анализируя сложившийся инвестиционный климат в нашей стране, можно заметить, что размер капиталовложений внутри страны зависит от степени доверия населения государству

Государственные инвестиции в основной капитал для решения поставленной задачи быстрейшего восстановления и развития экономики страны должны быть увеличены более чем в 6 раз.

Главной задачей в ближайшие годы являются такие преобразования в экономике, которые бы обеспечили поступление в бюджеты всех уровней необходимых для этого средств.

Такое резкое увеличение государственных инвестиций в основной капитал за счет бюджетных средств в течение нескольких лет практически не будет иметь самостоятельных инфляционных последствий, поскольку современная инфляция носит не монетарный характер и вызвана не избытком денежной массы в обращении, но прежде всего произволом монополий всех уровней. Вложение денег в инвестиции при правильной организации дела государством не должно приводить к инфляции. Инвестиционная политика государства должна быть подкреплена жесткой антимонопольной политикой, обеспечивающей инфляционную безопасность дополнительных расходов бюджета.

Объектом исследования курсовой работы являются финансовые инструменты (акции) компании. Данные для технического анализа акций представлены в Приложении 1

Информационной базой исследования является региональная статистика: аналитическая и статистическая отчётность ОАО «М.видео»: котировочная информация по финансовым инструментам компании (акциям).

Цель исследования состоит в закреплении теоретических и практических знаний в области управления различными видами инвестиций и развитии навыков инвестиционного анализа финансовых инструментов

Привлечение в широких масштабах национальных и иностранных инвестиций в российскую экономику преследует долговременные стратегические цели создания в России цивилизованного, социально ориентированного общества, характеризующегося высоким качеством жизни населения, в основе которого лежит смешанная экономика, предполагающая не только эффективное совместное функционирование различных форм собственности, но и интернационализацию рынка товаров, рабочей силы и капитала.

1. **Фундаментальный анализ: региональный аспект**

*Инвестиционная привлекательность региона* представляет собой систему или сочетание различных объективных признаков, средств, возможностей, обуславливающих в совокупности потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции в данном случае города Москвы. В зависимости от временного горизонта могут быть выделены текущая и перспективная инвестиционная привлекательность.

Инвестиционная привлекательность регионов оценивается на основе их ранжирования по группе факторов и выражающих их показателей, которые являются общими для всех или большинства структурных уровней экономики. Для оценки инвестиционной привлекательности на уровне региона целесообразно использовать следующие *критерии (синтетические показатели*), *Ki*:

1. уровень экономического развития региона (i=1);
2. уровень развития инвестиционной инфраструктуры в регионе(i=2);
3. демографическая характеристика региона (i=3);
4. уровень развития рыночных отношений и коммерческой инфраструктуры (i=4);
5. степень безопасности инвестиционной деятельности в регионе (i=5).

Для получения однозначной оценки об инвестиционной привлекательности того или иного региона, необходимо приведенные выше критерии свести к единому обобщающему (интегральному) показателю. Для решения этой задачи целесообразно использовать следующий *алгоритм:*

**Этап 1:** Определение ранговой значимости аналитических показателей, kij

i – номер группы синтетического показателя;

j – порядковый номер аналитического показателя в i-й группе синтетического

**Этап 2:** Количественная оценка каждого синтетического показателя, Ki:

Ki = ∑ kij

kij – ранг j-го аналитического показателя в i-й группе синтетического показателя

**Этап 3:** Расчет интегрального показателя инвестиционной привлекательности

региона, Kи.п.

Kи.п. = ∑(Ki \* Рi)

Ki – количественная оценка i-го синтетического показателя;

Рi - рейтинговая оценка i-го критерия (значимость i-го синтетического показателя)

Определение ранговой значимости аналитических показателей проводится на основе региональных статистических данных в рамках системы синтетических показателей. В основу анализа входит 10 регионов, которым присваивается ранг от 1 до 10 в зависимости от экономического содержания аналитического показателя.

Результаты расчетов сводятся в таблицы 1-5:

Таблица 1

Количественная оценка синтетических показателей:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Уровень экономического развития региона (Р1=0,35)** | | | | | | | | | |
| Анализи-  Руемые  регионы | Уровень ВВП | | Средний уровень  Заработной платы | | Объем капитальных вложений на 1 чел. | | Число компаний всех форм собственности | | Количест-венная  оценка  K1 |
| млрд руб. | ранг, kij | Тыс.  Руб. | ранг, kij | Тыс.  Руб./чел. | ранг, kij | Ед. | ранг, kij |
| Белгородская область | 147184,8 | 3 | 8336,9 | 6 | 32014 | 4 | 26538 | 10 | 23 |
| Брянская область | 66825,1 | 14 | 6533,5 | 16 | 8285 | 18 | 19669 | 15 | 63 |
| Владимирская область | 87840,6 | 9 | 7434,9 | 11 | 13841 | 16 | 30673 | 8 | 44 |
| Воронежская область | 136152,7 | 5 | 6750,3 | 15 | 15739 | 11 | 54984 | 3 | 34 |
| Ивановская область | 45981,7 | 17 | 6362,6 | 17 | 13395 | 17 | 27316 | 9 | 60 |
| Калужская область | 74506,7 | 12 | 8592,5 | 5 | 16082 | 9 | 25114 | 11 | 37 |
| Костромская область | 45092,0 | 18 | 7325,8 | 12 | 15632 | 12 | 16471 | 17 | 59 |
| Курская область | 87211,4 | 10 | 6924,9 | 13 | 17741 | 7 | 24379 | 12 | 42 |
| Липецкая область | 145932,8 | 4 | 8634,3 | 4 | 36682 | 2 | 21005 | 14 | 24 |
| Московская область | 704390,1 | 2 | 12263,4 | 2 | 33906 | 3 | 194881 | 2 | 9 |
| Орловская область | 57983,4 | 16 | 6773,7 | 14 | 14615 | 14 | 14943 | 18 | 62 |
| Рязанская область | 84849,8 | 11 | 7677,1 | 9 | 21906 | 6 | 31450 | 7 | 33 |
| Смоленская область | 68383,1 | 13 | 7474,7 | 10 | 14646 | 13 | 22720 | 13 | 49 |
| Тамбовская область | 64538,7 | 15 | 6275,9 | 18 | 16874 | 8 | 17663 | 16 | 57 |
| Тверская область | 94860,3 | 8 | 8040,3 | 7 | 15947 | 10 | 50027 | 4 | 29 |
| Тульская область | 108726,7 | 7 | 7851,0 | 8 | 14509 | 15 | 36081 | 6 | 36 |
| Ярославская область | 130957,2 | 6 | 8994,5 | 3 | 24903 | 5 | 43131 | 5 | 19 |
| г. Москва | 4005883,0 | 1 | 17997,9 | 1 | 53267 | 1 | 1041326 | 1 | 4 |

Таблица 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Уровень развития инвестиционной инфраструктуры в регионе (Р2=0,15)** | | | | | | | | | |
| Анализи-  Руемые  регионы | Производство  Электроэнер-  гии | | Местное производство  Строительных материалов | | Плотность железнодоро-  жных путей | | Плотность автомобиль-ных дорог | | Коли-чест-венная  оценка  K2 |
| Млрд. кВт | ранг, kij | Млн.  Усл.  кирпичей | ранг, kij | Км на 1000 км2 | ранг, kij | Км на 1000 км2 | ранг, kij |
| Белгородская область | 0,8 | 16 | 282 | 16 | 258 | 9 | 243 | 4 | 45 |
| Брянская область | 0,2 | 17 | 150 | 17 | 289 | 8 | 187 | 11 | 53 |
| Владимирская область | 2,2 | 12 | 309 | 12 | 317 | 5 | 194 | 9 | 38 |
| Воронежская область | 14,6 | 6 | 232 | 6 | 220 | 13 | 193 | 10 | 35 |
| Ивановская область | 1,9 | 13 | 127 | 13 | 161 | 17 | 172 | 15 | 58 |
| Калужская область | 0,2 | 17 | 224 | 17 | 293 | 7 | 287 | 3 | 44 |
| Костромская область | 14,0 | 7 | 68,1 | 7 | 107 | 18 | 92 | 18 | 50 |
| Курская область | 25,6 | 3 | 95,9 | 3 | 354 | 4 | 230 | 6 | 16 |
| Липецкая область | 4,4 | 10 | 156 | 10 | 315 | 6 | 231 | 5 | 31 |
| Московская область | 25,3 | 4 | 614 | 4 | 575 | 1 | 471 | 2 | 11 |
| Орловская область | 1,5 | 14 | 96,6 | 14 | 241 | 11 | 203 | 7 | 46 |
| Рязанская область | 12,2 | 8 | 139 | 8 | 247 | 10 | 178 | 14 | 40 |
| Смоленская область | 23,7 | 5 | 133 | 5 | 223 | 12 | 180 | 13 | 35 |
| Тамбовская область | 1,4 | 15 | 74,9 | 15 | 214 | 14 | 163 | 17 | 61 |
| Тверская область | 31,2 | 2 | 169 | 2 | 214 | 14 | 181 | 12 | 30 |
| Тульская область | 7,6 | 9 | 170 | 9 | 378 | 3 | 201 | 8 | 29 |
| Ярославская область | 3,9 | 11 | 202 | 11 | 181 | 16 | 172 | 15 | 53 |
| г. Москва | 53,9 | 1 | 120 | 1 | 575 | 1 | - | 1 | 4 |

Таблица 3

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Демографическая характеристика в регионе (Р3=0,15)** | | | | | | | |
| Анализи-  Руемые  регионы | Среднегодовая  Численность  региона | | Удельный вес городского населения в общей численности | | Уровень экономически активного населения | | Количест-венная  оценка  K3 |
| Тыс./  чел | ранг, kij | Тыс.  чел. | ранг, kij | % | ранг, kij |
| Белгородская область | 1512,5 | 5 | 66,4 | 13 | 63,9 | 15 | 33 |
| Брянская область | 1324,5 | 8 | 68,3 | 11 | 64,3 | 14 | 33 |
| Владимирская область | 1466,1 | 6 | 77,7 | 6 | 67,9 | 4 | 16 |
| Воронежская область | 2304,1 | 3 | 62,8 | 17 | 63,6 | 16 | 36 |
| Ивановская область | 1093,9 | 14 | 80,7 | 4 | 64,5 | 11 | 29 |
| Калужская область | 1011,6 | 15 | 76,0 | 7 | 67,3 | 6 | 28 |
| Костромская область | 705,6 | 18 | 68,3 | 11 | 66,8 | 7 | 36 |
| Курская область | 1177,3 | 10 | 63,1 | 16 | 64,4 | 13 | 39 |
| Липецкая область | 1177,3 | 10 | 63,8 | 15 | 64,5 | 11 | 36 |
| Московская область | 6636,9 | 2 | 80,8 | 3 | 68,2 | 2 | 7 |
| Орловская область | 830,2 | 17 | 64,2 | 14 | 67,4 | 5 | 36 |
| Рязанская область | 1177,2 | 12 | 70,0 | 10 | 62,1 | 18 | 40 |
| Смоленская область | 999,7 | 16 | 71,4 | 9 | 66,7 | 8 | 33 |
| Тамбовская область | 1123,7 | 13 | 57,7 | 18 | 63,2 | 17 | 48 |
| Тверская область | 1398,5 | 7 | 73,8 | 8 | 65,8 | 9 | 24 |
| Тульская область | 1590,2 | 4 | 80,0 | 5 | 64,7 | 10 | 19 |
| Ярославская область | 1324,0 | 9 | 81,6 | 2 | 68,2 | 2 | 13 |
| г. Москва | 10433,9 | 1 | 100,0 | 1 | 69,5 | 1 | 3 |

Таблица 4

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Уровень развития рыночных отношений и коммерческой инфраструктуры (Р4=0,25)** | | | | | | | | | |
| Анализи-  Руемые  регионы | Банковские вклады физических и юридических лиц | | Инвестиции в основной капитал | | Иностранные инвестиции | | Внешняя торговля | | Коли-чест-венная  оценка  K4 |
| Млн. руб. | ранг, kij | Млн. руб. | ранг, kij | Тыс. долл. | ранг, kij | Млн.  Долл. | ранг, kij |
| Белгородская область | 31155,1 | 5 | 48422 | 3 | 84240 | 10 | 1 013,9 | 5 | 23 |
| Брянская область | 14211,1 | 15 | 10973 | 18 | 6289 | 18 | 64,5 | 17 | 68 |
| Владимирская область | 24979,5 | 7 | 20292 | 11 | 336094 | 3 | 108,1 | 13 | 34 |
| Воронежская область | 43839,6 | 3 | 36265 | 5 | 107890 | 7 | 589,3 | 6 | 21 |
| Ивановская область | 14681,2 | 13 | 14652 | 14 | 100362 | 8 | 79,6 | 16 | 51 |
| Калужская область | 17257,6 | 11 | 16268 | 13 | 127139 | 6 | 106,0 | 14 | 44 |
| Костромская область | 9864,3 | 18 | 11030 | 17 | 98874 | 9 | 160,7 | 10 | 54 |
| Курская область | 15377,2 | 12 | 20887 | 10 | 23840 | 14 | 282,1 | 8 | 44 |
| Липецкая область | 21819,4 | 8 | 43188 | 4 | 136892 | 5 | 2 770,3 | 2 | 19 |
| Московская область | 153065,9 | 2 | 225033 | 2 | 4661372 | 2 | 1 866,3 | 4 | 10 |
| Орловская область | 10955,2 | 17 | 12133 | 16 | 43459 | 11 | 99,8 | 15 | 59 |
| Рязанская область | 18413,6 | 9 | 25787 | 7 | 9525 | 16 | 132,1 | 11 | 43 |
| Смоленская область | 14617,1 | 14 | 14642 | 15 | 38898 | 13 | 567,8 | 7 | 49 |
| Тамбовская область | 12157,0 | 16 | 18962 | 12 | 7444 | 17 | 17,7 | 18 | 63 |
| Тверская область | 17661,0 | 10 | 22301 | 9 | 13277 | 15 | 117,4 | 12 | 46 |
| Тульская область | 25850,8 | 6 | 23072 | 8 | 276160 | 4 | 2 027,5 | 3 | 21 |
| Ярославская область | 32188,0 | 4 | 32972 | 6 | 42531 | 12 | 207,0 | 9 | 31 |
| г. Москва | 1461045 | 1 | 555784 | 1 | 23986267 | 1 | 103057,5 | 1 | 4 |

Таблица 5

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Степень безопасности инвестиционной деятельности в регионе (Р5=0,10)** | | | | | | | |
| Анализи-  Руемые  регионы | Уровень преступлений на 100 тыс. чел | | Выбросы загрязняющих веществ от стационарных источников | | Преступления в сфере экономики | | Количест-венная  оценка  K5 |
| Ед./Тысчел. | ранг, kij | Тыс. тонн | ранг, kij | Ед./Тысчел. | ранг, kij |
| Белгородская область | 1594 | 3 | 105 | 14 | 2685 | 10 | 27 |
| Брянская область | 2184 | 8 | 46 | 8 | 2724 | 12 | 28 |
| Владимирская область | 2523 | 13 | 27 | 3 | 2452 | 7 | 23 |
| Воронежская область | 1777 | 5 | 67 | 11 | 2950 | 13 | 29 |
| Ивановская область | 2466 | 11 | 44 | 7 | 2447 | 6 | 24 |
| Калужская область | 2567 | 14 | 12 | 1 | 4970 | 16 | 31 |
| Костромская область | 2309 | 10 | 61 | 9 | 1117 | 1 | 20 |
| Курская область | 2662 | 15 | 29 | 4 | 2475 | 8 | 27 |
| Липецкая область | 1662 | 4 | 379 | 18 | 1840 | 4 | 26 |
| Московская область | 1941 | 6 | 178 | 17 | 25506 | 18 | 41 |
| Орловская область | 2471 | 12 | 12 | 1 | 1766 | 3 | 16 |
| Рязанская область | 1382 | 2 | 131 | 15 | 1552 | 2 | 19 |
| Смоленская область | 2798 | 16 | 42 | 5 | 3436 | 15 | 36 |
| Тамбовская область | 2063 | 7 | 42 | 5 | 3317 | 14 | 26 |
| Тверская область | 2982 | 17 | 61 | 9 | 2699 | 11 | 37 |
| Тульская область | 1320 | 1 | 164 | 16 | 2378 | 5 | 22 |
| Ярославская область | 3056 | 18 | 75 | 12 | 2644 | 9 | 39 |
| г. Москва | 2275 | 9 | 95 | 13 | 11986 | 17 | 39 |

На основе проведенного анализа рассчитываем интегральный показатель инвестиционной привлекательности Центрального федерального округа:

Kи.п. = ∑(Ki \* Рi)

1. Kи.п. (Белгородская область) = 28,2
2. Kи.п. (Брянская область) = 54,75
3. Kи.п. (Владимирская область) = 34,3
4. Kи.п. (Воронежская область) = 30,7
5. Kи.п. (Ивановская область) = 49,2
6. Kи.п. (Калужская область) = 37,85
7. Kи.п. (Костромская область) = 49,05
8. Kи.п. (Курская область) = 36,65
9. Kи.п. (Липецкая область) = 25,8
10. Kи.п. (Московская область) = 12,45
11. Kи.п. (Орловская область) = 50,35
12. Kи.п. (Рязанская область) = 36,2
13. Kи.п. (Смоленская область) = 43,2
14. Kи.п. (Тамбовская область) = 54,65
15. Kи.п. (Тверская область) = 33,45
16. Kи.п. (Тульская область) = 27,25
17. Kи.п. (Ярославская область) = 28,2
18. Kи.п. (г. Москва) = 7,35

На основе интегрального показателя проводится идентификация регионов по степени региональной привлекательности. Границы каждой группы определяются расчетным шагом:

Шаг интервала для распределения по группам определяется по формуле

Шаг интервала = n/4\*∑(mi\*Pi)

Где, n – количество субъектов в регионе;

mi – количество аналитических показателей в i-ой группе синтетического показателя;

Рi - рейтинговая оценка i-го критерия (значимость i-го синтетического показателя).

Шаг интервала = 18/4 \* (4\*0,35)+ (4\*0,15)+ (3\*0,15)+ (4\*0,25)+ (3\*0,10) = 4,5 \* (1,4+0,6+0,45+1+0,3) = 16,875

1. наиболее инвестиционно-привлекательные регионы: 0 - 16,875
2. регионы высокого уровня инвестиционной привлекательности: 16,875 –33,75
3. регионы среднего уровня инвестиционной привлекательности: 33,75 – 50,625
4. регионы низкого уровня инвестиционной привлекательности: 50,625 – 67,5

Табл.6

|  |  |
| --- | --- |
| Группы регионов  по степени инвестиционной привлекательности | Центральный федеральный округ |
| Наиболее инвестиционно-привлекательные регионы | г. Москва  Московская область |
| Регионы высокого уровня инвестиционной привлекательности | Липецкая область  Тульская область  Белгородская область  Ярославская область  Воронежская область  Тверская область |
| Регионы среднего уровня инвестиционной привлекательности | Владимирская область  Рязанская область  Курская область  Калужская область  Смоленская область  Костромская область  Ивановская область  Орловская область |
| Регионы низкого уровня инвестиционной привлекательности | Тамбовская область  Брянская область |

2.2 ДИАГНОСТИКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ

Фундаментальный микроэкономический анализ, наряду с выявлением стадии жизненного цикла компании-эмитента, основывается на оценке доходов компании, её положения на рынке, структуры активов и пассивов, а также различных показателей, характеризующих эффективность её деятельности.

Основными направлениями финансово-экономического анализа являются:

1. Анализ оборачиваемости активов;
2. Анализ ликвидности активов;
3. Анализ финансовой устойчивости
4. Анализ рентабельности капитала.

Базой анализа являются баланс компании, отчёт о прибылях и убытках, а также другие материалы, публикуемые на сайте компании.

Анализ оборачиваемости активов позволяет охарактеризовать условия управления оборотным капиталом и оценить их влияние на финансовое состояние компании. Анализ показателей оборачиваемости активов и результаты с позиции инвесторы представлены в таблице 2

1.1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИИ

**ОАО «КОМПАНИЯ «М.ВИДЕО»** - ведущая российская розничная сеть гипермаркетов электроники. Компания создана в 1993 году и в настоящий момент занимает 1-е место в России по: темпам роста, продажам на магазин и продажам на сотрудника «М.Видео», а также является второй розничной сетью по объему продаж бытовой техники и электроники. Сейчас в 40 городах России работают 110 гипермаркетов «М.Видео», чья совокупная торговая площадь составляет более 294 тыс. кв.м. Также функционирует интернет-магазин компании.

За 9 месяцев 2009 года розничные продажи «М.видео» выросли на 5% и составили 57,6 млрд. рублей (с НДС). «М.видео» занимает первое место по объемам продаж электроники и бытовой техники на российском розничном рынке.   
"М.видео" предлагает своим покупателям порядка 20 000 наименований аудио/видео и цифровой техники, мелкой и крупной бытовой техники, медиа товаров и товаров для развлечения, а также аксессуаров. Магазины "М.видео" имеют единый формат и специальную концепцию дизайна. Покупателям предоставляется удобная для навигации торговая площадь размером приблизительно 2000 кв.м, на которой также расположена информация о продаваемых товарах и новых тенденциях.   
Помимо эффективного формата и ориентированной на покупателя концепции магазина, в сочетании с узнаваемостью бренда "М.видео", компания выделяется тем, что предлагает своим покупателям широкий ассортимент качественных товаров и новинок и прекрасное обслуживание благодаря знанию товаров продавцами, предоставляя дополнительное и круглосуточное сервисное обслуживание.   
В ноябре 2007 года сеть «М.видео» стала первой российской компанией в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями ОАО «Компания «М.видео» идет на крупнейших российских биржевых площадках – РТС и ММВБ (тикер: MVID).

Президент ОАО «Компания «М.видео» Александр Тынкован так прокомментировал результаты работы сети: "Наша компания продолжает открывать новые магазины и при этом успешно снижает потребность в заемном капитале, используя стабильное финансовое положение для укрепления своего положения на рынке. «М.видео» - уникальная публичная розничная компания, которая добилась значительного снижения долговой нагрузки на бизнес и имеет чистую денежную позицию, а также демонстрирует рост продаж в условиях сокращения объемов рынка электроники в России».

Таблица 7

Показатели оборачиваемости активов

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Формула расчета | Экономическое содержание | Годы | | | |
| 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Коэффициент оборачиваемости активов | Выручка от реализации (за период) / Средняя величина активов в периоде | Коэффициент оборачиваемости показывает, сколько раз за период «обернулся» рассматриваемый актив | 1,407 | 0,023 | 0,013 | 0,008 |
| 0 | 0,024 | 0,013 | 0,008 |
| Коэффициент оборачиваемости внеоборотных активов | Выручка от реализации (за период) / Средняя величина внеоборотных активов в периоде |
| 1,514 | 1,714 | 0,864 | 0,400 |
| Коэффициент оборачиваемости текущих активов | Выручка от реализации (за период) / Средняя величина оборотных активов в периоде |
| Период оборота текущих активов за исключением денежных средств («затратный цикл») | Расчетный период (дни) / Коэффициент оборачиваемости текущих активов  за исключением  денежных средств | Периоды оборота дают временную характеристику (в днях) определенного этапа процесса оборота активов «Деньги-Товар-Деньги`» | 494,03 | 30540,37 | 45649,11 | 46464,815 |
| 177,22 | 125,01 | 43300,1 | 46378,902 |
| Период оборота текущих пассивов за исключением краткосрочных кредитов  («кредитный цикл») | Расчетный период (дни) / Коэффициент оборачиваемости текущих пассивов  за исключением краткосрочных кредитов |
| «чистый цикл» | «затратный цикл» -«кредитный цикл» | Характеризует организацию финансирования производственного процесса | 316,81 | 30415,36 | 2349,038 | 85,914 |

Снижение оборачиваемости и рост периода оборота при росте оборотного капитала свидетельствует о «раздутом, чрезмерном» оборотном капитале по отношению к масштабам деятельности компании и об ухудшении качества управления.

Рост «затратного цикла» свидетельствует о снижении эффективности использования оборотных активов, приводит к снижению показателей финансовой устойчивости и общей ликвидности. Чем больше «затратный цикл», тем больше потребность предприятия в финансировании производственного процесса.

Рост «кредитного цикла» свидетельствует об увеличении в ходе текущего производственного процесса источников финансирования (при условии отсутствия сверхнормативных задолженностей перед поставщиками, бюджетом, персоналом).

Рост «чистого цикла» является негативной тенденцией и характеризует рост потребности компании в финансировании производственного процесса.

Ликвидность (текущая платёжеспособность)- одна из важнейших характеристик финансового состояния компании, определяющая своевременно счета и фактически является одним из показателей банкротства. В российской практике при оценке ликвидности рекомендуется:

* Обращать внимание на динамику изменения коэффициентов
* Определять значение коэффициентов, достаточных (приемлемых) для данной конкретной компании.

Показатели для проведения анализа и их интерпретация представлены в таблице 3.

Таблица 8

Показатели ликвидности активов

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Формула расчета | Норматив  (ориентир) | Экономическое содержание | Годы | | | |
| 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Коэффициент  общей ликвидности | Оборотные активы / Краткосрочные пассивы – (Доходы будущих периодов + Резервы предстоящих расходов и платежей) | ≥ 2 | Характеризует способность предприятия выполнять обязательства за счет всех текущих активов | 1,530 | 0,007 | 0,030 | 11,430 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | Денежные средства + Краткосрочные финансовые вложения / Краткосрочные пассивы – (Доходы будущих периодов + Резервы предстоящих расходов и платежей) | 0,2-0,3 | Отражает способность предприятия выполнять краткосрочные обязательства за счет наиболее ликвидной части активов | 0,053 | 0,000 | 0,001 | 0,084 |
| Коэффициент промежуточной ликвидности | Денежные средства + Краткосрочные финансовые вложения + Дебиторская задолженность + Готовая продукция / Краткосрочные пассивы – (Доходы будущих периодов + Резервы предстоящих расходов и платежей) | 0,9-1,1 | Характеризует способность предприятия выполнять краткосрочные обязательства за счет текущих активов, обладающих средней степенью активности | 1,135 | 0,007 | 0,175 | 10,527 |
| Коэффициент  общей ликвидности допустимый | Оборотные активы (фактические) / Краткосрочные обязательства (допустимые)  Краткосрочные обязательства (допустимые) = Оборотные обязательства (фактические) – Наименее ликвидные оборотные активы (производственные запасы, незавершенное производство, авансы поставщикам) | Сравнение с фактическими значениями | Характеризует достаточность или недостаточность уровня общей ликвидности компании | -2,804 | -1,618 | 0,328 | 167,563 |

Положительная динамика коэффициентов и соответствие оптимальным значениям характеризуют деятельность компании как быстро развивающуюся..

Положительная динамика коэффициентов и соответствие оптимальным значениям характеризуют деятельность компании как достаточно эффективную.

Финансовая устойчивость характеризует возможность компании сохранить способность погашать обязательства и права владения предприятием в долгосрочной перспективе. Для диагностики финансового состояния с точки зрения финансовой устойчивости достаточную информацию предоставит анализ следующих показателей (табл.4)

* Чистого оборотного капитала;
* Минимально необходимый чистый оборотный капитал.

Таблица 9

Показатели финансовой устойчивости

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Формула расчета | Норматив  (ориентир) | Экономическое содержание | Годы | | | |
| 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Чистый оборотный капитал (ЧОК) | Оборотные (текущие) активы – Краткосрочные обязательства или Собственный капитал + Долгосрочные обязательства – Внеоборотные активы |  | Отражает величину собственных и приравненных к ним средств, направленных на финансирование оборотных активов | 3734 | -1496801 | -226376 | 135167 |
| Минимально необходимый чистый оборотный капитал | Наименее ликвидные оборотные активы | Сравнение с фактичес ким чистым оборотным капиталом | Величина собственных средств, необходимых для покрытия наименее ликвидных оборотных активов | 10896 | 1513016 | 3329 | 12075 |

Положительная величина и рост ЧОК, особенно его доли в общих активов, свидетельствуют об укреплении финансового состояние компании.

Чем больше разница между фактической величиной ЧОК и его минимально допустимым значением («запас по уровню собственных средств»), тем ниже уровень финансовой устойчивости компании, необходимы радикальные меры по оптимизации прибыльности.

Цель анализа рентабельности капитала – оценить способность компании приносить доход на вложенный в ней капитал. Уровень рантабельности капитала во многом определяет инвестиционную привлекательность компании. Показатели для проведения анализа и интерпретация с позиции инвестора представлены в таблице 5.

**Таблица 10**

Показатели рентабельности капитала

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Формула расчета | Экономическое содержание | Годы | | | |
| 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Рентабельность всего капитала | (Чистая прибыль (за период) + Проценты к уплате \* (1-Ставка налога на прибыль)) / Средняя величина пассивов в периоде, % | Отражает, сколько денежных единиц чистой прибыли без учета стоимости заемного капитала приходится на одну денежную единицу вложенного в компанию капитала | 0,54% | 0,54% | 0,54% | 2,14% |
| Рентабельность собственного капитала | Чистая прибыль (за период) / Собственный капитал, % | Характеризует эффективность использования вложенных в организацию собственных средств, показывает, сколько рублей прибыли приходится на рубль собственных средств | 5,7 % | 3,46% | 0,35% | 2,12% |
| Прибыльность продаж | Чистая прибыль (за период) / Выручка от реализации + Прочие доходы, % | Характеризует долю чистой прибыли в общих результатах деятельности компании | 279,59% | 119,82% | 41,80% | 268,72% |

Повышение эффективности управления оборотными активами (например, рост периода оборота) приводит к повышению рентабельности капитала – как всего, так и собственного, следовательно, снижает финансовую устойчивость компании и ее инвестиционную привлекательность.

Высокие показатели прибыльности при низких показателях рентабельности капитала позволяют сделать вывод о приемлемости получаемой прибыли относительно затрат на производство продукции, но недостаточности ее величины по отношению к масштабам компании.

Общая динамика показателей рентабельности капитала характеризует эффективность деятельности компании за рассматриваемый период.

**3.1. технический анализ ценных бумаг (акций)**

**Технический анализ** - метод, используемый для прогноза движения цен на основе информации о рыночных котировках.

*Алгоритм проведения технического анализа* представлен на рисунке 1:

*1. Построение графиков изменения цены и изменения объема торгов*

*2. Построение линии тренда*

*3. Построение линий поддержки и сопротивления*

*4. Анализ графика изменения цены*

*Анализ*

*линии тренда*

*Анализ*

*линий поддержки и сопротивления*

*Анализ*

*разворотов*

*Анализ*

*фигур цен*

##### Рис. 1. Алгоритм технического анализа

1. Построение графиков изменения цены и изменение объёма торгов

В русскоязычном техническом анализе графики называют чартами.

Различают:

* чарты линейные (line charts)
* диаграммы или бары (bar charts)
* точечно-цифровые диаграммы («крестики-нолики»)
* «японские свечи»

«Японские свечи» - вид интегрального графика, применяется главным образом для отображения изменений биржевых котировок акций, цен на сырьё и т.д. «Свеча» состоит из тела (черного либо белого) и фитиля (верхнего либо нижнего). Верхняя и нижняя граница фитиля отображает максимум и минимум цены в ходе торгов соответственно, в то время как границы тела отображают цену открытия или закрытия.

Для построения график «японские свечи» и графика изменения объёма торгов необходимы следующие данные за определённый период времени (табл.9)

* Цены открытия (цены первой сделки)
* Цены закрытия (цены последней сделки)
* Максимальные цены дня (сделки)
* Объём торгов

##### данные для технического анализа акции задан период с 01.01.09 по 30.11.09

(данные представлены в долларах US)

##### Табл.11

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Дата | Поку-пка | Про-дажа | Цена первой сделки | Макс. цена сделки | Мин. цена сделки | Послед сделка - Цена | Объем торгов - В шт. ц/б | Число сделок | |
| 16.01.2009 | 0,8 | 0,85 | 0,845 | 0,845 | 0,845 | 0,845 | 10000 | 1 | |
| 23.01.2009 | 0,71 | 0,81 | 0,77 | 0,77 | 0,77 | 0,77 | 10000 | 1 | |
| 03.02.2009 | 0,692 | 0,7 | 0,692 | 0,692 | 0,692 | 0,692 | 53000 | 1 | |
| 06.02.2009 | 0,69 | 0,7245 | 0,7035 | 0,7035 | 0,7035 | 0,7035 | 10000 | 1 | |
| 10.02.2009 | 0,7 | 0,71 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 153907 | 1 | |
| 13.02.2009 | 0,75 | 0,8 | 0,714 | 0,75 | 0,714 | 0,75 | 150000 | 11 | |
| 16.02.2009 | 0,72 | 0,8 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 0,73 | 10000 | 1 | |
| 18.02.2009 | 0,7 | 0,75 | 0,72 | 0,72 | 0,72 | 0,72 | 50000 | 1 | |
| 20.02.2009 | 0,71 | 0,75 | 0,8 | 0,8 | 0,75 | 0,75 | 35000 | 2 | |
| 24.02.2009 | 0,75 | 0,8 | 0,75 | 0,75 | 0,75 | 0,75 | 10000 | 1 | |
| 13.03.2009 | 0,78 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 30000 | 3 | |
| 16.03.2009 | 0,79 | 0,82 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 10000 | 1 | |
| 19.03.2009 | 0,83 | 0,88 | 0,82 | 0,85 | 0,82 | 0,85 | 80000 | 8 | |
| 23.03.2009 | 0,83 | 0,87 | 0,87 | 0,87 | 0,87 | 0,87 | 10000 | 1 | |
| 31.03.2009 | 0,88 | 0,94 | 0,87 | 0,925 | 0,87 | 0,925 | 155000 | 9 | | |
| 03.04.2009 | 1,04 | 1,1 | 0,96 | 1 | 0,96 | 1 | 64116 | 2 | | |
| 06.04.2009 | 1,1 | 1,17 | 1,12 | 1,12 | 1,12 | 1,12 | 5000 | 1 | | |
| 08.04.2009 | 1,2 | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 50000 | 1 | | |
| 09.04.2009 | 1,2 | 8,04 | 1,35 | 1,5 | 1,35 | 1,5 | 160000 | 2 | | |
| 10.04.2009 | 1,6 | 8,04 | 1,75 | 1,75 | 1,75 | 1,75 | 60000 | 1 | | |
| 14.04.2009 | 1,67 | 1,73 | 1,75 | 1,75 | 1,7 | 1,7 | 150000 | 11 | | |
| 15.04.2009 | 1,64 | 1,7 | 1,67 | 1,67 | 1,6401 | 1,64008 | 27000 | 2 | | |
| 16.04.2009 | 1,6 | 1,8 | 1,7 | 1,7 | 1,7 | 1,7 | 25000 | 1 | | |
| 17.04.2009 | 2 | 2,1 | 1,9 | 2 | 1,9 | 2 | 43000 | 3 | | |
| 22.04.2009 | 1,76 | 1,84 | 1,84 | 1,84 | 1,84 | 1,84 | 10000 | 1 | | |
| 04.05.2009 | 1,9 | 1,97 | 1,88 | 1,9 | 1,88 | 1,9 | 20000 | 2 | | |
| 05.05.2009 | 2,055 | 2,1 | 1,97 | 2,06 | 1,97 | 2,06 | 161500 | 16 | | |
| 06.05.2009 | 2,01 | 2,1 | 2,065 | 2,065 | 2,065 | 2,065 | 36400 | 1 | | |
| 13.05.2009 | 2,41 | 2,6 | 2,55 | 2,55 | 2,55 | 2,55 | 50000 | 1 | | |
| 15.05.2009 | 2,4 | 2,48 | 2,48 | 2,48 | 2,48 | 2,48 | 18700 | 1 | | |
| 20.05.2009 | 2,39 | 2,475 | 2,45 | 2,45 | 2,45 | 2,45 | 20000 | 1 | | |
| 21.05.2009 | 2,3 | 2,4 | 2,39 | 2,39 | 2,35 | 2,35 | 20000 | 2 | | |
| 22.05.2009 | 2,3 | 2,4 | 2,35 | 2,35 | 2,35 | 2,35 | 20000 | 2 | | |
| 26.05.2009 | 2,1 | 2,19 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 10000 | 1 | | |
| 27.05.2009 | 2,2 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 60000 | 1 | | |
| 29.05.2009 | 2,225 | 2,25 | 2,23 | 2,24 | 2,21 | 2,24 | 120000 | 3 | | |
| 01.06.2009 | 2,23 | 2,25 | 2,225 | 2,225 | 2,225 | 2,225 | 10000 | 1 | | |
| 02.06.2009 | 2,25 | 2,27 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 2,25 | 30000 | 2 | | |
| 03.06.2009 | 2,26 | 2,28 | 2,28 | 2,28 | 2,26 | 2,26 | 40000 | 2 | | |
| 04.06.2009 | 2,28 | 2,3 | 2,26 | 2,26 | 2,26 | 2,26 | 10000 | 1 | | |
| 05.06.2009 | 2,305 | 2,35 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 10000 | 1 | | |
| 08.06.2009 | 2,28 | 2,35 | 2,305 | 2,305 | 2,305 | 2,305 | 15000 | 2 | | |
| 10.06.2009 | 2,285 | 2,35 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 2,3 | 7500 | 2 | | |
| 11.06.2009 | 2,3 | 2,4 | 2,31 | 2,4 | 2,31 | 2,35 | 178853 | 9 | | |
| 15.06.2009 | 2,44 | 2,5 | 2,44 | 2,44 | 2,44 | 2,44 | 10000 | 1 | | |
| 17.06.2009 | 2,35 | 2,42 | 2,44 | 2,44 | 2,4 | 2,4 | 60000 | 6 | | |
| 18.06.2009 | 2,3 | 2,38 | 2,35 | 2,35 | 2,31 | 2,31 | 20000 | 2 | | |
| 13.07.2009 | 1,9 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 10000 | 1 | | |
| 28.07.2009 | 2,25 | 2,52 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 20000 | 1 | | |
| 03.08.2009 | 2,65 | 2,73 | 2,63 | 2,71 | 2,63 | 2,7 | 165900 | 8 | | |
| 04.08.2009 | 2,62 | 2,69 | 2,63 | 2,63 | 2,63 | 2,63 | 8000 | 1 | | |
| 05.08.2009 | 2,681 | 2,7 | 2,69 | 2,69 | 2,69 | 2,69 | 20000 | 2 | | |
| 06.08.2009 | 2,65 | 2,68 | 2,68 | 2,68 | 2,68 | 2,68 | 10000 | 1 | | |
| 24.08.2009 | 2,76 | 2,86 | 2,76 | 2,78 | 2,76 | 2,78 | 110000 | 11 | | |
| 25.08.2009 | 3 | 3,3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 10000 | 1 | | |
| 26.08.2009 | 2,8 | 2,99 | 3 | 3 | 2,94 | 2,94 | 15554 | 2 | | |
| 28.08.2009 | 2,8 | 3,6 | 2,99 | 2,99 | 2,99 | 2,99 | 5000 | 1 | | |
| 07.09.2009 | 2,9 | 3,1 | 3,01 | 3,01 | 3,01 | 3,01 | 14000 | | 1 | |
| 15.09.2009 | 3,2 | 3,4 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 10000 | | 1 | |
| 16.09.2009 | 3,37 | 3,4 | 3,35 | 3,37 | 3,35 | 3,37 | 26539 | | 3 | |
| 17.09.2009 | 3,35 | 3,5 | 3,4 | 3,45 | 3,4 | 3,45 | 20000 | | 2 | |
| 18.09.2009 | 3,5 |  | 3,45 | 3,48 | 3,45 | 3,48 | 23000 | | 2 | |
| 22.09.2009 | 3,7 | 3,85 | 3,75 | 3,75 | 3,75 | 3,75 | 65000 | | 2 | |
| 23.09.2009 | 3,7 | 3,85 | 3,85 | 3,85 | 3,85 | 3,85 | 5000 | | 1 | |
| 29.09.2009 | 3,95 | 4 | 3,9 | 4 | 3,9 | 4 | 19701 | | 5 | |
| 01.10.2009 | 4,15 |  | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 1798 | | 1 | |
| 09.10.2009 | 4,35 |  | 4,45 | 4,45 | 4,45 | 4,45 | 1500 | | 1 | |
| 12.10.2009 | 4,35 | 4,36 | 4,35 | 4,35 | 4,35 | 4,35 | 2000 | | 1 | |
| 13.10.2009 | 4,15 | 4,35 | 4,35 | 4,35 | 4,35 | 4,35 | 2000 | | 1 | |
| 14.10.2009 | 4,15 | 4,4 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 2000 | | 1 | |
| 15.10.2009 | 4,25 | 4,35 | 4,4 | 4,4 | 4,3 | 4,31 | 6000 | | 3 | |
| 19.10.2009 | 4,2 | 4,4 | 4,3 | 4,3 | 4,3 | 4,3 | 2000 | | 1 | |
| 20.10.2009 | 4,25 | 4,3 | 4,3 | 4,3 | 4,25 | 4,25 | 35000 | | 2 | |
| 21.10.2009 | 4,2 | 4,35 | 4,25 | 4,25 | 4,25 | 4,25 | 40000 | | 1 | |
| 23.10.2009 | 4,15 | 4,2 | 4,15 | 4,15 | 4,15 | 4,15 | 17400 | | 1 | |
| 26.10.2009 | 4,16 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 2000 | | 1 | |
| 27.10.2009 | 4,05 | 4,17 | 4,16 | 4,16 | 4,15 | 4,15 | 4000 | | 2 | |
| 28.10.2009 | 3,6 | 4 | 4,05 | 4,05 | 3,6 | 3,6 | 14000 | | 7 | |
| 13.11.2009 | 3,8 | 3,87 | 3,85 | 3,85 | 3,85 | 3,85 | 2000 | | 1 | |
| 19.11.2009 | 3,72 | 3,8 | 3,83 | 3,83 | 3,83 | 3,83 | 10000 | | 1 | |
| 20.11.2009 | 3,65 | 3,75 | 3,73 | 3,73 | 3,68 | 3,68 | 8000 | | 4 | |
| 24.11.2009 | 3,61 | 3,75 | 3,68 | 3,68 | 3,68 | 3,68 | 10000 | | 1 | |
| 25.11.2009 | 3 | 3,75 | 3,61 | 3,61 | 3,6 | 3,6 | 7000 | | 2 | |
| 27.11.2009 | 3,37 | 3,45 | 3,45 | 3,45 | 3,43 | 3,43 | 4000 | | 2 | |
| 30.11.2009 | 3,44 | 3,6 | 3,47 | 3,48 | 3,45 | 3,45 | 6000 | | 3 | |

На основе данных технического анализа акции строим диаграмму изменение цены (рис.5). При этом основными типами диаграмм являются:

* Для построения графика изменения цены - БИРЖЕВАЯ
* Для построения графика объёма продаж - ЛИНЕЙНАЯ

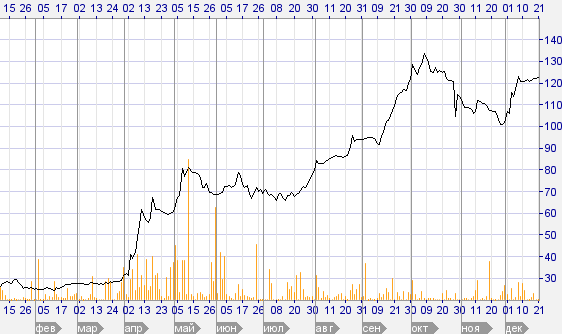


Рис.2. График изменения цены акции в руб.



Рис.3. Диаграмма изменения цены акции с 01.01.2009 по 30.11.2009 (тип – биржевая)

Далее на основе данных для технического анализа акции строим диаграмму объёма торгов (рис.6.)



Рис.4. Диаграмма объема торгов (тип – линейная)

**Построение линии тренда**

Прямая, соединяющая две соседние точки впадин, показывает низший деноминатор силы быков, а линия, соединяющая две соседние вершины, показывает низший деноминатор силы медведей. Эти линии называются линиями тренда (рис.6). Линии тренда служат для выявления трендов (направление изменения цены).

*Линии тренда* - самые старые инструменты технических аналитиков. В настоящее время для выявления трендов используются вычислительные методы, такие как скользящие средние и линейная регрессия, Вертикально-горизонтальный фильтр, Зигзаг, Система направлений (Directional system), MACD.

Большинство аналитиков строят линии трендов через экстремальные верхние и нижние точки, но лучше их строить через крайние точки заданной области. Дело в том, что выбросы (экстремальные точки) связаны с кратковременными паническими настроениями толпы и краткосрочными спекуляциями.

При принятии торговых решений необходимо руководствоваться тремя правилами:

1. Тренд – Ваш друг. Поэтому все Ваши сделки должны быть в направлении тренда.
2. Тренд действует до тех пор, пока не подаст явных признаков разворота.
3. Не совершайте попыток предугадать разворот тренда, т.е. не пытайтесь открыть позицию против тренда в надежде, что сила тенденции невелика и момент разворота близок.



Рис.5. Диаграмма построения линии тренда период с 01.01.09 по 30.11.09

**Построение лиии поддержки и сопртивления**

Линии сопротивления (resistance) и поддержки (support) лежат в основе классического трендового анализа. Все линии тренда (канала), графические модели разворота и продолжения тенденции - это лишь комбинации линий сопротивления и поддержки.

**Поддержка** – уровень цен, при котором потенциал скупки достаточно велик для того, чтобы остановиться и повернуть вспять падение цен. Поддержка представляется на графике горизонтальной или почти горизонтальной линией, соединяющей несколько доньев.

Цена, с которой началось повышение, называется уровнем поддержки и представляет собой фактически касательную к минимумам цен. Считается, что когда цена падает до уровня поддержки, со стороны быков (покупателей) дальнейшему падению цены оказывается сильное сопротивление, т.е. цена «поддерживается» от дальнейшего падения. Поэтому наиболее вероятно, что цена, дойдя до уровня поддержки, отскочит и начнет повышаться. Даже если цена все-таки пробьет вниз уровень поддержки, то это, скорее всего, произойдет не с первой попытки. После пробоя уровень поддержки превращается в уровень сопротивления.

Понятие, противоположное уровню поддержки, – **уровень сопротивления**, который представляет собой касательную к максимумам цен (рис.7.) Предполагается, что если цена валюты приблизилась к этому уровню, то дальнейшего повышения, скорее всего, не произойдет (благодаря наличию достаточного предложения). Но даже если этот уровень будет пробит, то это произойдет не с первой попытки. После пробития уровень сопротивления превратится в уровень поддержки.

Построим линию тренда, а также линию поддержки и сопротивления на рисунке 6. Линию тренда строим следующим способом: через крайние точки заданной области ценового диапазона акций ОАО «М-видео»



Рис.6. Диаграмма построения линии поддержки и сопротивления

**Анализ линии тренда**

Основной характеристикой линии тренда является величина ее наклона

Оценивание линий тренда осуществляется по пяти основным факторам:

- временная база диаграммы линии тренда;

- продолжительность временной базы;

- количество соприкосновений с графиком цен;

- угол наклона;

- объемы продаж.

Таким образом, тренд, построенный на рисунке 6 можно считать «бычьим» – (или повышательный) - цены растут (определение пошло от сравнения с быком, который рогами приподнимает добычу);

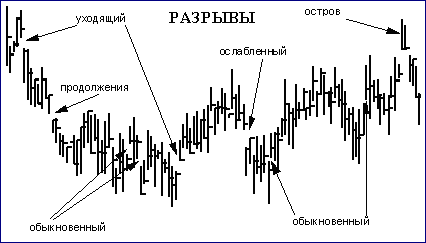
Определим надежность тренда:

1. Для построения линии тренда была выбрана вся временная база: с 01.01.2009 по 30.11.2009, следовательно, линия тренда имеет высокую важность.
2. Линия тренда достаточно продолжительна, охватывает всю временную базу, следовательно, надёжна.
3. Линия тренда имеет 3 точек касания с графиком цены.
4. Линия тренда не крутая, угол наклона меньше 100; он отражает интенсивность эмоций в доминирующих настроениях толпы, следовательно, интенсивность эмоций слабая.
5. Линия тренда на графике цен совпадает с линией тренда на диаграмме торгов.
6. Объемы продаж растут при движении цен в направлении линии тренда и падают при коррекциях - это служит ее подтверждением.

#### Анализ разрывов

Разрыв - это фигура цен на диаграмме, образованная двумя последовательными блоками, у которых верхняя цена одного не доходит до нижней цены другого. Разрывы появляются как реакция на новости, произошедшие между торговыми сессиями. Все разрывы делятся на четыре основных типа: обыкновенные, уходящие, продолжающиеся и ослабленные (рис.8):

Рис.8. Типы разрывов



*Обыкновенные разрывы -* те, при которых цены через какое-то время возвращаются к первоначальным, получая пропущенные при разрыве значения*.*

*Экс-дивидендный разрыв* является разновидностью обыкновенного разрыва и происходит на фондовом рынке при пересечении экс-дивидендной даты.

*Уходящий разрыв* бывает, когда цены уходят из равновесной области при больших объемах продаж и начинается новый тренд.

*Продолжающийся разрыв* возникает в середине мощного тренда - достигаются новые максимумы или минимумы цен, возврата к пропущенным значениям не происходит.

После *ослабленных разрывов* тренды не достигают своих новых экстремальных значений, цены прыгают, но потом возвращаются, принимая пропущенные при разрыве значения.

Рассмотрим разрывы на диаграммах, представленных на рис.9, рис.10, рис.11.



Рис. 11. Диаграмма изменения цены с период с 01.01.09 по 30.10.09

Вывод: За данный период 01.01.2009 по 30.11.2009 представлены, уходящие разрывы, обыкновенные, ослабленные, продолжения, а также можно наблюдать разрыв остров.

**Анализ фигур цен**

Фигуры цен помогают определить, будет ли тренд продолжаться или развернется.

Фигуры делятся на две группы: фигуры продолжения и разворота. *Фигуры продолжения*- это флажки и вымпелы. При их наличии рекомендуется проводить операции в направлении текущего тренда. *Фигуры разворота* - это такие фигуры, как голова-плечи (обычные и инверсные), двойные вершины или двойные впадины. Их образование говорит о том, что пришло время закрываться.

Некоторые фигуры в равной мере могут относиться к обоим классам. Таковы треугольники и прямоугольники.

При появлении нескольких фигур, дающих одинаковые сигналы, надежность этих сигналов увеличивается. Если сигналы, получаемые от нескольких образовавшихся фигур, противоречат друг другу, лучше в этот период не проводить операций.

Таким образом, на диаграмме изменения цены за период с 1 июня -10 ноября 2009 г. присутствует фигура разворота «голова - плечи» (рис.12)



Рис.12 Фигура разворота «голова плечи»

Вершина типа *голова-плечи* показывает наступление конца растущего тренда. Пик цен соответствует - "голове" фигуры, которая окружена одной меньшей вершиной - "плечом". Линия, соединяющая две впадины, находящиеся между головой и левым плечам, называется "линией шеи". Линия шеи не всегда расположена горизонтально, она может быть также растущей и убывающей. Особенно сильный бычий сигнал дает возрастающая линия шеи.

После прохождения линии шеи цены часто возвращаются к ней снизу при меньших объемах операций. Такая слабенькая поддержка дает хорошие возможности к открытию коротких позиций при защитном закрытии, установленном сразу над линией шеи.

С помощью фигуры голова-плечи можно оценить ближайшую цель убывающего тренда - уровень, до котрого опустятся цены. Ожидаемый уровень находится под линией шеи на расстоянии, равном расстоянию от нее пика фигуры голова-плечи.

Также на диаграмме изменения цены за период с 01.01.2009 по 30.10.2009 присутствует фигуры продолжения «треугольник» с опускающимся и поднимающимся тенденциями а также «вымпел»(рис. 12).

*Треугольники* - это перенасыщенная область, у которой верхняя и нижняя границы сходятся с правой стороны. Они могут быть сигналами к развороту, но чаще всего являются фигурами продолжения тренда. Некоторые аналитики называют треугольники змеевиком (coils). Рынок сужается, энергия трейдеров концентрируется, растет готовность выхода из треугольника.

Треугольники могут быть разделены на три основные группы, в зависимости от образованных ими углов: *симметричные, поднимающийся*, о*пускающийся.*

Опускающийся треугольник, как правило, заканчивается прорывом нижней границы. Объёмы торгов по мере «старения» треугольника имеют тенденцию уменьшаться. Объемы торгов по мере "старения" треугольника имеют тенденцию уменьшаться. Если объемы резко возрастают при подходе к верхней границе треугольника, то вероятен ее прорыв. Аналогично, если объемы вырастают при подходе к нижней границе. Настоящий прорыв обычно сопровождается скачком в объеме торгов, его значение превышает, по крайней мере на 50%, средний объем за 5 последних дней. Прорывы значительной силы происходят на протяжении первых двух третей треугольника. На последней трети треугольника лучше не проводить торговые операции на прорывах. Если колебания цен сошлись в вершине треугольника, то очень вероятно, что они останутся неизменными (силы быков и медведей как бы истощились в борьбе между собой).

* 1. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННЫХ КАЧЕСТВ

Оценка инвестиционных качеств ценных бумаг проводится по инвестиционным показателям, которые являются минимальным стандартом обозначения их качества и надежности. *Инвестиционные показатели* отражают критерии, пороговый уровень, выше которого ценные бумаги могут считаться инвестиционно-качественными.

***Финансовый рычаг*** - отношение заемных средств (капитала) к собственному капиталу. Увеличение показателя свидетельствует о росте риска для акционеров и кредиторов.

Финансовый рычаг *=*



где ЗС - заёмный капитал (ф.№1, стр.510+стр. 610), СК – собственный капитал (ф.№1, стр.490-стр. 470- стр. 472)

2008 г.: 0/(6608607 - 153929)= 0/6454678=0%

Вывод: ОАО «М.видео» не имеет заемных средств в 2008 году. Тем самым финансовый рычаг, доказывает силу рычага и незначительные риски для акционеров и кредиторов.

***Доходность (рентабельность) собственного капитала*** - отношение чистой прибыли к собственному капиталу. Доходность собственного капитала обычно означает доход на обыкновенные акции. Наиболее распространенный способ расчета — это деление чистой прибыли за год на среднюю величину собственного капитала на начало и конец года.

Доходность собственного капитала = ЧП/СК

Где ЧП - чистая прибыль (ф.№1, стр.190), СК - собственный капитал (стр.490-стр.470-стр.472, )



2008 г.: 6473440/6454678=1,00%

Вывод: Доходность собственного капитала равна 1%, это значение значительно ниже нормативы 20%, что является отрицательным фактом. Данный показатель обозначает доход на обыкновенные акции.

Совет директоров ОАО «Компания »**М.Видео**« рекомендовал акционерам на годовом собрании, принять решение не выплачивать дивиденды за 2009 год. За 2008 год дивиденды также не выплачивались. Таким образом расчет показателей: *Покрытие дивидендов, Коэффициент выплаты дивидендов, Дивиденд на одну обыкновенную акции, Дивидендный доход не берутся в расчет данной курсовой работы*

Финансовые показатели «М.видео":

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Эмитент | [P/E](http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/info/finance?sort_by=pe&direction=asc) | [P/S](http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/info/finance?sort_by=ps&direction=asc) | p/sales margin | [ev/ebitda](http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/info/finance?sort_by=evebitda&direction=asc) | [P/B](http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/info/finance?sort_by=pb&direction=asc) | [eps](http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/info/finance?sort_by=eps&direction=asc) | [ev/s](http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/info/finance?sort_by=evs&direction=asc) | [roe](http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/info/finance?sort_by=roe&direction=asc) | [Отчетность](http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/info/finance?sort_by=otchet&direction=asc) | Период | |
| [М.видео](http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/isprofile?issuer_id=440) | 17.55 | 0.31 | 8.06 | 17.64 | 3.01  $ | 6.98 р. | 0.58 | 17.17% | МСФО | | 4кв. 2008 |

**p/e** - коэффициент "цена акции/прибыль".  
**p/s** - коэффициент "цена акции/объем продаж".  
**p/sales margin** - коэффициент "цена акции/прибыль от реализации".  
**ev/EBITDA** - коэффициент "стоимость бизнеса/прибыль до уплаты налогов, процентов по кредитам и амортизации".  
**p/b -**  коэффициент **"**цена акции/балансовая стоимость акционерного капитала"**.  
eps -**  показатель "прибыль на акцию".  
**ev/s -**  коэффициент "стоимость бизнеса/выручка" **roe -** коэффициент рентабельности собственного капитала (отношение чистой прибыли компании к среднегодовой величине акционерного капитала)"

3.3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЛОЖЕНИЙ

Оценка эффективности инвестиций в ценные бумаги является необходимой предпосылкой принятия решения. Важнейшим моментом в оценке любого финансового инструмента является соотношение между ожидаемым доходом и степенью риска. Степень риска обычно прямо пропорциональна ожидаемой доходности инвестиций.

Акция имеет номинальную, балансовую, ликвидационную и рыночную (курсовую) цены (табл.11)

Таблица 12

Показатели цены акций

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Значение | Экономическое содержание |
| Номинальная цена | 20 руб. | Показывает, какая доля уставного капитала приходилась на одну акцию на момент создания акционерного общества. |
| Балансовая цена | 3,01$\*30,06=90,5 руб. | Характеризует размер акционерного капитала и резервного фонда компании, приходящегося на одну акцию, т.е. обеспеченность собственными реальными активами по балансу. Балансовая цена меньше рыночной цены. Это означает переоцененность акции на рынке. Компания может оказаться в убытке. |
| Текущая рыночная цена  (курсовая цена) | Отношение ожидаемого дохода к приемлемой для инвестора норме дохода на капитал. | Соотношение с рыночной ценой (курс акции), показывает переоцененность (недооцененность) акции на рынке. |
| Рыночная стоимость компании (или рыночная капитализация) | На начало периода (01.01.08):  177,03 руб.\* 6608607= 1169921697,21 руб.  На конец периода (10.11.09): 124,01 руб \*6608607=819533354,07. | В данном случае рыночная стоимость компании упала, что говорит о недостатках в системе менеджмента, нестабильности деятельности компании. |

Для *расчетов текущей рыночной цены* (курсовой цены) используются различные модели. Наиболее распространенной из них является *модель М. Гордона*. Эта модель предполагает три варианта расчета текущей рыночной цены в зависимости от вида ожидаемого дохода. Из-за не выплаты дивидендов компанией «М.видео», данный расчет не представляет смысла.

Заключение

Инвестирование представляет собой один из наиболее важных ас­пектов деятельности любой динамично развивающейся коммерческой организации, руководство которой отдает приоритет рентабельности с позиции долгосрочной, а не краткосрочной перспективы.

ОАО «М.видео» постоянно сталкиваются с необходимостью *инвестиций,* т.е. с вложением финансовых средств (внутренних и внешних) в различные программы и отдельные мероприятия (проекты) с целью организации новых, поддержания и развития действующих объема продаж, получения прибыли и других конечных результатов.

Объектами инвестирования ОАО «М.видео» мо­гут быть строящиеся объекты торговли (супермаркеты, магазины), другие основные фонды, ориентированные на решение определенной задачи (например, на продажу новых товаров или услуг*,* увеличение их объема или улучшенного качества и т.д.).

Инвестиции, обеспечивающие динамичное развитие ОАО «М.видео» возможны при следующих обстоятельствах:

* расширение собственной предпринимательской деятельности за счет накопления финансовых ресурсов в целях завоевания большей доли рынка, повышения конкурентоспособности.
* освоение новых областей бизнеса – диверсификация.

**Список литературы**

1. http:// google.ru

2. http://demoscope.ru/weekly/2009/0371/biblio02.php

3. http://www.rts.ru/ru/archive/securityresults.html

4. http://mvid.tikr.ru/micex

5. http://www.stockportal.ru/main/invest/stocks/stockservices/pngcharts

Приложение

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **АКТИВ** | Номер | 2005 | | 2006 | | 2007 | 2008 | |
| **I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ** |  | |  | |  |  | |  | |
| Нематериальные активы | 110 | | - | | 1047 | 754 | | 589 | |
| Незавершенное строительство | 130 | | - | | 343 | - | | - | |
| Долгосрочные финансовые вложения | 140 | | - | | 1501084 | 6392657 | | 6460657 | |
| Отложенные налоговые активы | 145 | | - | | 517 | - | | - | |
| Прочие внеоборотные активы | 150 | | - | | - | 1180 | | 12194 | |
| **Итого по разделу I** | 190 | | **-** | | **1502991** | **6394591** | | **6473440** | |
| **II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ** |  | |  | |  |  | |  | |
| Запасы | 210 | | 112 | | 4 | 3181 | | 3353 | |
| В том числе расходы будущих периодов | 216 | | 112 | | 4 | 3181 | | 3353 | |
| Налог на добавленную стоимость  по приобретенным ценностям | 220 | | - | | 57 | 148 | | 8722 | |
| Дебиторская задолженность  (платежи по которой ожидаются в течение  12 месяцев после отчетной даты) | 240 | | 7626 | | 9290 | 58116 | | 135333 | |
| В том числе: покупатели и заказчики | 241 | | 7474 | | - | 35 | | 8169 | |
| Краткосрочные финансовые вложения | 250 | | 2671 | | - | 40000 | | 373 | |
| Денежные средства | 260 | | 375 | | 670 | 7181 | | 717 | |
| **Итого по разделу II** | 290 | | **10784** | | **10021** | **108626** | | **148126** | |
| **БАЛАНС** | 300 | | **10784** | | **1513012** | **6503218** | | **6621566** | |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ПАССИВ** | Номер | 2006 | 2007 | 2008 | 2008 |
| **III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ** |  |  |  |  |  |
| Уставный капитал | 410 | 1210 | 6035 | 1497682 | 1797682 |
| Добавочный капитал | 420 | - | - | 4648903 | 4648903 |
| Резервный капитал | 430 | - | - | 1074 | 8093 |
| В том числе: резервы, образованные в соответствии с учредительными документами | 432 | - | - | 1074 | 8093 |
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | 470 | 2524 | 155 | 20557 | 153929 |
| **Итого по разделу III** | 490 | **3734** | **6190** | **6168216** | **6608607** |
| **IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА** |  |  |  |  |  |
| **Итого по разделу IV** | 590 | 0 | 0 | **0** | **0** |
| **V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА** |  |  |  |  |  |
| Займы и кредиты | 610 | 6463 | 11481 | 0 | 0 |
| Кредиторская задолженность | 620 | 587 | 1495341 | 335002 | 129 |
| в том числе: поставщики и подрядчики | 621 | 434 | 12 | 1063 | 926 |
| задолженность перед персоналом организации | 622 | 29 | 13 | 13 | 472 |
| задолженность перед государственными внебюджетными фондами | 623 | - | 7 | - | 29 |
| задолженность по налогам и сборам | 624 | 124 | 1289 | 133 | 11389 |
| Прочие кредиторы | 625 | - | 1494019 | 333792 | 141 |
| **Итого по разделу V** | 690 | **7050** | **1506822** | **335002** | **12959** |
| **БАЛАНС** | 700 | **10784** | **1513012** | **6503218** | **6621566** |

**ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ПОКАЗАТЕЛЬ** | Номер | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
| **Доходы и расходы по обычным видам деятельности** |  |  |  |  |  |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ,  услуг (за минусом налога на добавленную стоимость,  акцизов и аналогичных обязательных платежей) | 10 | 7585 | 17827 | 51283 | 51297 |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг | 20 | (4492) | (19108) | (28439) | (24717) |
| Валовая прибыль (убыток) | 29 | 3093 | (1281) | **22844** | **26580** |
| Управленческие расходы | 40 |  |  | (0) | (0) |
| Прибыль (убыток) от продаж | 50 | 3093 | (1281) | **22844** | **26580** |
| **Прочие доходы и расходы** |  |  |  |  |  |
| Проценты к получению | 60 | - | - | 39844 | 329592 |
| Проценты к уплате | 70 | - | (797) | (1081) | (0) |
| Прочие доходы | 90 | 132 | 1134 | 96 | 947 |
| Прочие расходы | 100 | (248) | (1942) | (84435) | (146532) |
| **Прибыль (убыток) до налогообложения** | 140 | 2977 | **(2886)** | **33267** | **210587** |
| Отложенные налоговые активы | 141 | - | 517 | 517 | (0) |
| Отложенные налоговые обязательства | 142 | - | - | **-** | **0** |
| Текущий налог на прибыль | 150 | (717) | - | (11275) | (70195) |
| **Чистая прибыль (убыток) отчетного периода** | 190 | (2260) | **(2369)** | **21475** | **140392** |
| **Постоянные налоговые обязательства** | 200 | 3 | **176** | **12214** | **19655** |