

ВПЛИВ ЧИННИКІВ НА ПЕРВИННЕ ПУБЛІЧНЕ РОЗМІЩЕННЯ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

Захарченко Н.В.

К.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Мамуненко М.С.

*Студентка 2 скороченого курсу, спеціальність «Фінанси, банківська
справа та страхування»*

*Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
м. Одеса, Україна*

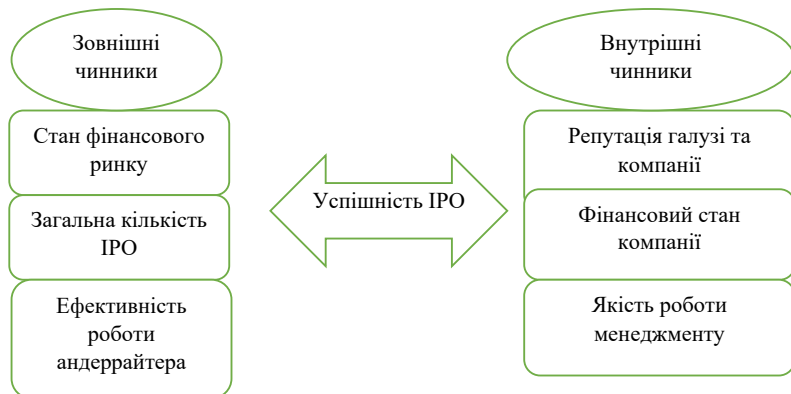


Рис 1. Чинники, які впливають на успішність здійснення первинного публічного розміщення

Джерело: [1]

У практиці країн з розвинуеною ринковою економікою корпорації використовують два основні методи розміщення первинних емісій: публічне розміщення і приватне. Публічне розміщення, тобто пропонування цінних паперів широкому загалу, здійснюється через численних інституційних посередників. Часом корпорація може розміщувати свої цінні папери самостійно, не звертаючись до посередництва. Особливість публічного розміщення полягає в тому, що цінні папери продаються необмеженій кількості учасників. При приватному розміщенні цінних паперів весь їх випуск продається «в одні руки» великому посереднику-андеррайтеру, що гарантує розміщення всієї нової емісії. Андеррайтер в подальшому від свого імені і за свій рахунок розміщує цінні папери на ринку.

Зазвичай для залучення максимального капіталу компанія здійснює первинне публічне розміщення (IPO – Initial Public Offering) акцій. IPO передбачає високу інформаційну відкритість і прозорість компанії, вимагає постійної взаємодії з інвесторами навіть після емісії. Публічне розміщення є одним з найбільш тривалих і дорогих способів отримання капіталу. До переваг публічного розміщення цінних паперів відноситься залучення капіталу, надання ліквідності для поточних інвесторів, доступ до ринку капіталів, визначення ринкової вартості корпорації. Але IPO має також ряд обмежень і недоліків для корпорації, такі як зниження гнучкості, розкриття інформації, юридичний ризик, втрати часу і ресурсів.

Існує досить багато чинників, які можуть вплинути на успішне залучення коштів в процесі первинного публічного розміщення, їх можна поділити на внутрішні і зовнішні (рис.1.)

Важливим є розгляд всіх вищевказаних чинників в комплексі, адже результат первинного публічного розміщення визначає їх взаємодія. Для прикладу розглянемо IPO компанії Twitter, яке відбулося 7 листопада 2013 року.

Компанія розмістила свої акції по 26 доларів, після чого ціна зросла до 50 доларів за акцію і, зрештою, торги першого дня закрилися на рівні 45 доларів. На основі цих даних можна говорити про дуже високу популярність цінних

паперів компанії. Але у неї не було жодного прибуткового кварталу з початку її діяльності [2].

Високу популярність акції компанії можна пояснити декількома чинниками. На момент здійснення IPO на американському ринку була досить значна кількість вільних грошей. Інвестори шукали активи, які можуть принести кращі результати. Їх увагу привертала сектор інформаційних технологій, а саме такі компанії, як Microsoft, Google, Facebook.

Досить популярною компанією із значною базою користувачів є і Twitter. Головним андеррайтером в процесі розміщення була компанія Goldman Sachs, яка має величезний досвід здійснення подібних операцій. Таким чином, сприятливі зовнішні і внутрішні чинники дозволили компенсувати негативний вплив негативної інформації у фінансовій звітності компанії.

Таким чином, можна зробити висновок, що чинники, які впливають на первинне публічне розміщення відіграють велику роль в цілому в розвитку ринку публічних розміщень. Але, через вплив негативних чинників, таких як відкритість інформації, юридична незахищеність, на даному етапі розвитку залишається більш популярним саме приватне розміщення цінних паперів. Це зумовлено тим, що при IPO компанія несе більші витрати, стає можливим підвищення кількості перевірок та ряд інших негативних наслідків. Але, всі недоліки, пов'язані з виведенням компанії на IPO і набуттям нею статусу публічної не є характерними для всіх підприємств. Їх вплив на підприємство необхідно проводити в контексті його завдань і поставлених цілей. При ретельному плануванні заходів по виходу на IPO і залучення кваліфікованих, досвідчених консультантів вплив цих недоліків можна звести до мінімуму.

Література:

1. Маслій Н.Д., Горбан А.І. Державні облигації як інструмент регіонального розвитку України. *Фінансові аспекти регіонального розвитку: стан, проблеми, перспективи* : зб. матер. всеукр. наук.-практ. конф, м. Одеса, 24-25 лист. 2014 р. Одеса, 2014. С. 22–24.
2. Круш П. В. Формування та розвиток моделі корпоративного управління в трансформаційній економіці : монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2007. 264 с.
3. Twitter, Trading View : веб-сайт. URL : <https://ru.tradingview.com/>.

