

# ЕМІСІЙНЕ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

**Г.В. Сілакова**

**Національний університет харчових технологій**

Нові інвестиційні вливання у вигляді власного чи залученого капіталу сприяють розширенню діяльності підприємства, допомагають отримати нове обладнання, кадри, провести нові рекламні кампанії, можливість купівлі інших компаній тощо. В епоху глобалізації світової економіки підприємства мають можливість використати переваги залучення довгострокового фінансування інвестиційної діяльності шляхом додаткової емісії акцій. Найбільш ефективною формою здійснення залучення фінансування шляхом випуску звичайних акцій є публічне розміщення акцій на біржовому ринку, так зване Initial Public Offering (IPO). Основна сутність IPO полягає у полегшенні доступу до інвестицій, що отримуються завдяки відносно недорогим ресурсам фінансового ринку.

Для проведення успішного розміщення акцій підприємство повинно мати прозору структуру власників, стабільне фінансове становище, чітку стратегію розвитку, яка представлена широкому колу інвесторів в процесі підготовки до IPO. Крім того, існуючі власники компанії повинні бути готові до розмиття власних часток у бізнесі, до допущення нових акціонерів у процес управління.

Проведення IPO є серйозним кроком для будь-якого підприємства та підтвердженням його зрілості. Нерідко цьому передує випуск облігацій, які є підготовкою підприємства для залучення акціонерного фінансування.

Розміщення акцій у порівнянні з отриманням кредиту є найбільш привабливим, оскільки компанія при приватному залученні значних сум на тривалий час створює для кредитора (інвестора) занадто великі ризики, які оплачуються позичальником за рахунок підвищення відсоткової ставки по кредитних ресурсах. IPO ж дозволяє емітенту отримати необхідну суму з найменшим для інвестора ризиком.

Процес підготовки емісійних документів є достатньо складним і займає досить багато часу. На цій стадії витрати підприємства аналогічні витратам при

випуску облігацій, а саме, винагорода андеррайтеру, наймання інвестиційних і PR-агентів, формування в структурі компанії підрозділу, який буде відповідальний за взаємодію з інвесторами.

Після випуску акцій компанія несе витрати на підтримання капіталізації і проведення різноманітних заходів, спрямованих на формування і затвердження позитивного іміджу компанії в інвестиційному середовищі. Звичайно, ці заходи не є обов'язковими, проте без них емісія акцій немає сенсу.

Проведення IPO вітчизняними компаніями почалося з компанії "Укрпродукт Груп", яка розпочала підготовку до публічного розміщення в жовтні 2003 р., а завершила розміщення акцій в лютому 2005 р. Реально на Лондонській фондовій біржі було продано 27,2% акцій на суму 5,5 млн фунтів стерлінгів, що складає майже 10 млн доларів США.

IPO у різних країнах проходить по-різному, що визначається прийнятою моделлю інвестицій і традиціями побудови фінансової системи. За 11 місяців 2007 р. на світових фондових біржах проведено 1739 публічних розміщень акцій (IPO) загальним обсягом 255 млрд доларів США, що на 4% більше проти 2006 р. в цілому. На вітчизняні компанії припадає 0,8% загального обсягу. У 2007 р. з українських компаній найбільші IPO провели гірничодобувна компанія Ferrexpo, що продала 26% акцій за 420 млн доларів США, і девелоперська фірма "ТММ", що розмістила 13% акцій на 105 млн доларів США. За прогнозами економістів у 2008 р. очікується подвоєння українських IPO проти 2007 р.

На думку експертів, в подальшому буде відбуватися зростання IPO нових компаній на суму 2-3 млрд доларів США, що диверсифікує фондовий ринок і дасть змогу іноземним інвесторам увійти у ті сектори економіки, які мають найбільшу тенденцію до зростання в Україні.