

Гузенко Тетяна

к.е.н., доцент

Сумський національний аграрний університет
м. Суми

ПЕРЕДУМОВИ ТА МОЖЛИВОСТІ ВИХОДУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА WSE

Проблема залучення фінансових ресурсів для аграрних підприємства завжди була актуальною. Проте сучасні реалії та досвід розвинених країн суттєво розширюють можливості залучення капіталу, зокрема мова йде про мобілізацію фінансових ресурсів на фінансових ринках. Сьогодні міжнародні фондові ринки не достатньо широко використовуються українськими компаніями для залучення додаткових інвестицій, але враховуючи зацікавленість з боку інвесторів, зокрема польських, аграрним сектором України тема дослідження є актуальною.

Незважаючи на те, що близько 20% ВВП за 2015 р. припадає на аграрний сектор, сьогодення агропромислових підприємств не таке райдужне. Пошук додаткових джерел фінансування, залучення інвесторів, скасування спецрежиму ПДВ – це не повний перелік проблемних питань, які вирішуються сільськогосподарськими підприємствами. І якщо з Податковим кодексом сперечатись важко, то пошук інвесторів та залучення додаткових фінансових ресурсів – це саме те питання, якому можна приділити значно більше уваги.

Специфіка підприємств аграрної галузі роблять неефективним використання виключно власних фінансових ресурсів, тому в структурі джерел формування активів підприємств частіше за все зустрічаються залучені кошти кредиторської заборгованості та довго- і короткострокові кредитні ресурси банків.

Проте на сьогодні доцільно розглядати ще одну групу – «фінансові ресурси мобілізовані на фінансових ринках», куди відносяться надходження коштів від емісії цінних паперів.

Залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій є особливо привабливим для сільськогосподарських підприємств, на жаль, самі сільськогосподарські підприємства як об'єкти інвестування не на стільки привабливі. Аналізуючи аграрний сектор України, Інститут стратегічних досліджень виявив низку бар'єрів, що перешкоджають повноцінному залученню інвестицій у сільському господарстві, серед них: нестабільна, не прогнозована та непрозора державна політика; недостатнє фінансування сільського господарства; відсутність ефективної та доступної інфраструктури аграрних ринків та системи маркетингу; неефективна державна політика щодо підтримання експортерів; вразливість поточної моделі функціонування бізнесу великих агрохолдингів, зокрема залежність від зміни зовнішньої кон'юнктури, необхідність обслуговування боргів (зовнішні запозичення) та відсутність права власності на землю [1]. Враховуючи значну девальвацію гривні, ще одним фактором зниження прямих інвестицій є курсова різниця.

Перелічені фактори та складна політична та економічна ситуація 2014–2015рр. призвела до скорочення прямих іноземних інвестицій у сільське господарство.

Протягом останніх років відбувається формування великих агрохолдингів, що можуть протистояти коливанням економіки за рахунок консолідації земель

сільськогосподарського призначення та активів, можливості використання новітніх технологій у виробництві та управління підприємством, доступу до ринків капіталів та можливості реалізовувати власну продукцію не лише на внутрішньому ринку, а й на зовнішньому.

Саме такі підприємства можуть скористатись можливістю залучити додаткові фінансові ресурси через механізм емісії цінних паперів, зокрема акцій та облігацій. Доцільно зазначити, що випуск облігацій можуть собі «дозволити» великі компанії, які мають певну репутацію на ринку, що стосується «молодих» підприємств, то для них традиційне облігаційне залучення фактично неможливе.

Українські аграрні підприємства, обираючи для себе IPO, переважно орієнтуються на умови, що пропонують Варшавська та Віденська фондові біржі. Найвигіднішим є продаж цінних паперів на Лондонській фондовій біржі LSE, проте розміщення на ній є найдорожчим. Більш лояльними є умови на альтернативній торговій площадці Лондонської біржі AIM.

На Варшавській фондовій біржі українські аграрії в рамках IPO, можуть залучити від декількох десятків до декількох сотень мільйонів злотих, що підтверджується досвідом українських компаній, вже працюючих на польському ринку.

Для розміщення цінних паперів на основній площадці Main List WSE українському аграрному підприємству слід дотримуватись певних вимог. Варшавська фондова біржа не висуває вимог щодо строку функціонування компанії, в першу чергу вимоги стосуються вартості бізнесу. Таким чином перелік основних вимог виглядатиме так:

- мінімальна капіталізація підприємства має бути не менше 15 млн.євро;
- акції компанії, які пропонуються до розміщення, характеризуються необмеженою оборотоздатністю;
- компанія, яка планує IPO не може знаходитись в процесі ліквідації або банкрутства;
- необхідно мати підготовлений проспект емісії англійською мовою та коротке резюме польською. Також проспект повинен бути узгоджений органом, що здійснює регулювання ринку капіталу, в Польщі – це Комісія з фінансового нагляду;
- звітність підприємства за МСФО за останні 3 роки, підтверджені незалежним аудитором.

Замислитись про можливість IPO підприємству доцільно завчасно. Так, варто заздалегідь сформувані позитивну кредитну історію (останні 3–4 роки), здійснити перехід на міжнародні стандарти обліку (останні 2–3 роки). За рік до запланованого розміщення доцільно провести оцінку альтернативних джерел фінансування, що відповідають стратегічним цілям підприємства; визначення параметрів, обсягів розміщення, ціни акцій, структури інвесторів, вибір торговельної площадки тощо.

В залежності від поточної структури та стану бізнесу підготовка до IPO може зайняти від 7–8 місяців до 1–2 років.

Загалом після розміщення цінних паперів для підприємства «все тільки починається». Мається на увазі, що підприємство має на постійній та регулярній основі проводити спілкування з інвесторами, доповнювати новою та актуальною інформацією корпоративний сайт, проводити виступи, конференції, «круглі» столи топ-менеджерами

підприємства, організувати зустрічі керівництва з великими інвесторами та організувати прес-супровід діяльності компанії [2].

Список використаних джерел

1. Єрмолаєв, А. Аграрний сектор України: тенденції, суб'єкти, перспективи реформування [Текст] / А. Єрмолаєв, І. Кліменко, В. Ємець, С. Таран. – К. : Інститут стратегічних досліджень «Нова Україна», 2015 – 28 с.
2. Манаєнко, І.М. IPO як форма інвестиційного забезпечення підприємств: світовий аспект [Текст] / І.М. Манаєва // Глобальні та національні проблеми економіки. – МНУ ім. В.О. Сухомлінського. – 2015. – Вип. № 6 – С. 382–387.



Гуменюк Олена

к.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

м. Тернопіль

ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для уникнення або зменшення негативного впливу ринкового середовища й отримання максимальних можливостей підприємству доцільно застосувати такий інструмент управління, як стратегічний аналіз. Стратегічний аналіз зародився в кінці 60-х років ХХ ст. і спочатку застосовувався для оцінки і планування напрямків діяльності диверсифікованих компаній. Одним з засновників стратегічного аналізу є І. Ансофф, який запропонував методика вибору портфельних стратегій. Пізніше інструментарій стратегічного аналізу був доповнений методами коротко- і довгострокового прогнозування, аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств, вибору стратегій їх розвитку.

Сучасні вчені по-різному трактують визначення стратегічного аналізу. З.І. Галушка та І.Ф. Комарницький вважають, що стратегічний аналіз проводиться з метою визначення стратегії розвитку підприємства та ґрунтується на дослідженні внутрішнього та зовнішнього середовища [1, с. 98]. Т.В. Головка стверджує, що стратегічний аналіз є початковим етапом розробки стратегії діяльності підприємства, яка ґрунтується на дослідженні та оцінюванні внутрішнього та зовнішнього середовища, в якому знаходиться підприємство [2, с. 8–10]. М.І. Ковальчук зазначає, що стратегічний аналіз – це сукупність способів вивчення досягнутого рівня й стану господарської діяльності, а також її варіантів на основі даних обліку, звітності, нормативних даних з метою визначення ефективніших варіантів стратегії ведення господарства [3, с. 17]. На думку І.В. Зенкіної, «стратегічний аналіз – це системне дослідження і оцінка чинників зовнішнього бізнес-середовища, економічного потенціалу та стратегії розвитку підприємства з метою визначення його поточної ринкової позиції, виявлення перспективних шляхів розвитку і обґрунтування оперативно-тактичних управлінських