

ВЫБОР ВРЕМЕНИ ДЛЯ INITIAL PUBLIC OFFER

Для компаний и банков, как частного, так и государственного сектора экономики, рано или поздно наступает момент, когда приходится решать вопросы поиска источников дальнейшего развития бизнеса, стимулирования его роста, внедрения новых форм управления. В такой ситуации успешное первичное публичное размещение акций (Initial Public Offer — IPO) может стать прекрасной возможностью для перехода на новый этап развития.

В случае благоприятной конъюнктуры рынка IPO является одним из лучших решений не только для привлечения дополнительного капитала в целях развития белорусских компаний (банков), расширения их присутствия на существующих и новых рынках, но и для выхода из них существующих акционеров, т.е. для монетизации инвестиций последних либо как способ проведения приватизации государственными органами.

С учетом колебаний мировой экономики, ее цикличности рынок IPO может находиться как в фазе роста («горячий» рынок), так и относительного покоя («холодный» рынок). При этом если «горячий» рынок характеризуется большим количеством и крупными размерами сделок IPO/SPO, то «холодный» — снижением объемов сделок и их количества. При благоприятных условиях (в фазе «роста» рынка) компании (банки) из Республики Беларусь имеют возможность разместить свои акции на фондовых биржах по более высоким ценам и в большем объеме, т.е. вероятность проведения успешного IPO/SPO значительно выше, чем при «холодном» рынке в целом. Определение правильного момента для размещения акций на бирже позволит собственникам компаний максимально эффективно реализовать потенциал IPO.

При принятии решения о целесообразности проведения IPO в конкретный момент времени следует учитывать внешние и внутренние факторы, которые могут оказать существенное влияние на принятие потенциальными инвесторами положительного решения о покупке акций белорусской компании (банка) в период их размещения на фондовой бирже, а также на решение о целесообразности проведения IPO действующими собственниками в принципе.

Внешние факторы определяют наличие «окон» для выхода на рынок IPO. Это, например, экономическое положение отдельной отрасли, Республики Беларусь или региона в целом, конъюнктура рынка IPO, его ликвидность, уровень процентных ставок, инфляции, наличие административных барьеров.

К основным внутренним финансовым и нефинансовым факторам относятся:

- объем бизнеса (продаж), его темп роста и рентабельность (как правило, компании, вышедшие на IPO, являются лидерами рынка в целом либо в его отдельном сегменте);
- уровень и рентабельность EBITDA по сравнению с конкурентами;
- соотношение заемного и собственного капитала;
- рост прибыли на акцию, рост рентабельности собственного капитала;
- качество высшего менеджмента компании, его квалификация и опыт;
- наличие эффективной и понятной стратегии развития;
- наличие отчетности по МСФО (в случае выхода на международные рынки);
- внедрение принципов корпоративного управления (в случае выхода на международные рынки);
- уровень затрат (стоимость проведения IPO).

При этом наличие «окон» на рынке IPO для определенной отрасли в целом автоматически не гарантирует успешность проведения IPO отдельной взятой компанией (банком), если к этому моменту не завершены все необходимые подготовительные мероприятия, которые, как правило, занимают от 0,5 до 3 лет.

IPO является прекрасным источником для развития бизнеса белорусской компании (банка), а правильность выбора времени для IPO позволяет собственникам компании наиболее эффективно использовать его потенциал.

*В.К. Ханкевич, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА И НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ РЕГИОНОВ: МЕХАНИЗМ СТИМУЛИРОВАНИЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

В последние годы большинство стран задумываются о проблемах в области охраны окружающей среды и предпринимают соответствующие действия. С точки зрения охраны окружающей среды в первую очередь вызывают беспокойство субъекты хозяйствования, осуществляющие экологически опасные виды деятельности.

Несмотря на отдельные успехи и достижения в области природоохранной деятельности, существуют и проблемы. Одна из причин заключается в низкой эффективности используемых механизмов экологического контроля у субъектов хозяйствования, а также в отсутствии инструментов стимулирования природопользователей через систему налогообложения.

302