

ԿԱՊԻՏԱԼԻ ՆԵՐԳՐԱՎՈՒՄԸ ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐՈՒՄ



Ներածություն

1. Հնարավոր ֆինանսական գործիքները

Պարտատոմսեր

- Վաղաժամկետ մարման հնարավորությունը*
- Թողարկմանը վերաբերող պարտավորությունները*
- Իրավունքները լուծարման դեպքում*
- Ակտիվներով ապահովումը*
- Պարտատոմսերը որպես ներդրումային գործիք*
- Վարկանշում*

Բաժնային արժեթղթեր

- Հասարակ բաժնետոմս*
- Բաժնետերերի վերահսկողությունը*
- Արտոնյալ բաժնետոմս*
- Կուտակման արտոնյալ բաժնետոմս*

2. Համապատասխան գործիքների առավելությունները և թերությունները

- Ճկունություն*
- Ռիսկ*
- Եկամուտ*
- Վերահսկողություն*
- Ժամանակ*
- Այլ*

3. Բաց բաժնետիրական ընկերություն: Առավելություններ: Հավելյալ պատասխանատվություն

Առավելություններ

- Կապիտալ ներգրավելու հնարավորության ընդլայնում*
- Աշխատողների նվիրվածության խթանում*
- Ապրանքների/ծառայության լրացուցիչ մարքեթինգ*
- Գործնական կապերի ընդլայնում*
- Միաձուլումներ և ձեռքբերումներ*
- Բաժնետերերի անձնական ֆինանսական վիճակի ճկունություն*

Պարտականություններ

- Վերահսկողության վերաբաշխում*
- Եկամուտների վերաբաշխում*

*Բաժնետերերի ունեցվածքի արժեքի առավելագույն չափով
ավելացմանն ուղղված կառավարում*

Ռազմավարական տեղեկատվության բացահայտում

Բաժնետիրական կարգավիճակի հետ կապված ծախսեր

*Ընկերությունում ներդրված սեփական ունեցվածքի հանդեպ
վերահսկողության մասնակի կորուստ*

4. Բաժնետիրացման կամ արժեթղթերի առաջնային տեղաբաշխման կազմակերպման որոշ մանրամասներ

Ընկերության դերը

Տեղաբաշխող բրոքերը

Իրավական հարցեր

Աուդիտ/հաշվեքննություն

Ազդագիրը և դրա գրանցումը

Ազդագրի գրանցումը Արժեթղթերի հանձնաժողովում

5. Փոխհարաբերություններ ներդրողների հետ

Հանրային կապերի հիմնական նպատակները

*Բրոքերային ընկերությունների օգտագործում ընկերության
արժեթղթերի իրացվելիությունը և առուվաճառքի ծավալը
առավելագույնս բարձրացնելու համար*

*Ներկայացնել ընկերության բաժնետոմսերը որպես գրավիչ
ներդրումային գործիք*

Ստեղծել բաժնետերերի հնարավորին չափ բազմազան զանգված

Բաժնետերերի հետ կապերի առանձնահատկությունները

Անհատ բաժնետերերը

Ինստիտուցիոնալ բաժնետերերը

Բրոքերների հետ կապերի առանձնահատկությունները

Լրատվական միջոցների հետ կապված առանձնահատկություններ

*Ներդրողների հետ կապերի քաղաքականության հաջողության
նշաններ*

Ներածություն

Ընկերության ընթացիկ գործունեության և աճի ապահովման համար ֆինանսական միջոցների ներգրավումը յուրաքանչյուր ֆինանսական կառավարչի հիմնական խնդիրներից մեկն է: Եթե ֆինանսավորման ակնկալվող աղբյուրները գտնվում են ընկերությունից դուրս, ապա այդ խնդիրը լուծելիս կառավարիչը մարքեթինգային բնույթի աշխատանք է կատարում:

Նա, փաստորեն, հանդես է գալիս վաճառողի դերում՝ որպես ապրանք առաջարկելով ընկերության սպասվելիք դրամական ներհոսքի նկատմամբ սեփականատիրական իրավունքը: Գնորդներն, այն է՝ ներդրողները, այդ ապրանքի դիմաց ընկերությանը տրամադրում են ֆինանսական միջոցներ և ստանում են արժեթուղթ, ասենք, պարտատոմս կամ բաժնետոմս, որը նրանց կողմից ձեռք բերած իրավունքների վկայագիրն է:

Նախապատրաստելով իր ապրանքի վաճառքը շուկայում, կառավարիչն այն «փաթեթավորում» է՝ կառուցելով, այսպես կոչված, ներդրումային գործիք: Նրա խնդիրն է այնպես համակարգել և ձևակերպել առաջարկի էությունը, որ այդ ներդրումային գործիքը միաժամանակ և համապատասխանի ընկերության պահանջներին, և հրապուրիչ լինի ներդրողների համար, որպեսզի հնարավոր լինի վաճառել այն հնարավորին չափ բարձր գնով:

Այդ խնդիրն արդյունավետորեն իրագործելու համար ֆինանսիստը պետք է իմանա տարբեր ներդրումային գործիքների առանձնահատկությունները, ծանոթ լինի այն շուկաներին, որտեղ իրականացվում է դրանց առուվաճառքը և, իհարկե, կարողանա հաշվարկել այն բոլոր հետևանքները՝ լինեն դրանք ցանկալի, թե ոչ, որոնք կարող են ի հայտ գալ այս կամ այն գործիքի կիրառման դեպքում:

1. Հնարավոր ֆինանսական գործիքները

Չնայած պետական մարմինների կողմից արժեթղթերի շուկան ենթարկվում է բազմակողմանի կարգավորման, սակայն համապատասխան օրենքներում ֆինանսական գործիքների բուն կառուցվածքի վերաբերյալ հստակ սահմանափակում չի կիռարվում:

Ընկերությունները հիմնականում ազատ են ընտրելու և կառուցելու ցանկացած տիպի գործիք, հաշվի առնելով, որ վերջինս պետք է ընդունելի լինի ներդրողների համար և համապատասխանի ընկերության ֆինանսական պահանջներին: Հայաստանում արժեթղթերի շուկայի պետական կարգավորող մարմինը Արժեթղթերի հանձնաժողովն է: Այն, թեև օժտված է արգելող լայն գործառնություններով, սակայն չի կարող սահմանափակել արժեթղթի շրջանառությունը, ելնելով միայն վերջինիս ներդրումային որակից: Հանձնաժողովը միայն պարտադրում է, որ ներդրողներին տրամադրվեն բոլոր այն տեղեկությունները, որոնք կարևոր են արժեթղթի արդարացի գնագոյացման համար: Ընդ որում, պարտադիր պայման է, որ ներդրողները ստանան վերոհիշյալ տեղեկատվությունը մինչև արժեթուղթ գնելը, որպեսզի նրանք բավականաչափ ժամանակ ունենան տեղեկատվությանը պատշաճ կերպով ծանոթանալու համար: Գոյություն ունեցող արժեթղթերի բազմազանությունը, այնուամենայնիվ, չպետք է խեղաթյուրի դրանց կառուցվածքային տրամաբանությունը: Որոշակի ֆինանսական գործիք կառուցելիս, ֆինանսական կառավարիչը աշխատում է երեք փոփոխականի հետ՝

- *ընկերության սպասվելիք դրամական ներհոսքերի նկատմամբ ներդրողների համապատասխան սեփականատիրական իրավունքները*
- *ընկերության կառավարմանը մասնակցելու ներդրողների իրավունքները*
- *լուծարման դեպքում ներդրողների համապատասխան իրավունքները ընկերության ակտիվների նկատմամբ*

Ստորև համառոտ կներկայացնենք ամենատարածված արժեթղթերի ձևերը՝ ըստ վերը նշված փոփոխականների: Ընթերցելիս պետք է հիշել, որ արժեթղթերի առանձնահատկությունները հիմնականում պայմանավորված են թողարկողի և ներդրողի համաձայնությամբ (իրավաբանորեն ձևակերպած), այլ ոչ թե իրավական ակտերով: Հետևաբար, մեր նկարագիրը պետք չէ ընկալել որպես տվյալ ֆինանսական գործիքի իրավաբանական ճշգրիտ սահմանում:

Պարտատոմսեր

Արժեթղթերի հիմնական դասակարգումը կապված է այն բանի հետ, թե ներդրողների պահանջները ընկերության սպասվելիք դրամական ներհոսքի նկատմամբ գումարային և ժամկետային առումով *ֆիքսվա՞ծ թե՞ մնացորդային են*:

Վերջինս նշանակում է, որ ներդրողը ստանում է ընկերության դրամական ներհոսքի մնացորդը միայն այն բանից հետո, երբ բոլոր այլ ներդրողները ստացել են իրենց հասանելիք (ֆիքսված) բաժինը:

Պարտատոմսերը, ինչպես բոլոր այլ պարտատիրական գործիքները, պատկանում են առաջին դասին և հաճախ կոչվում են Ֆիքսված եկամուտով արժեթղթեր:

Պարտատոմսի սեփականատերը ստանում է հաստատագրված տարեկան տոկոսային եկամուտ և հաստատագրված գումար՝ մարման պահին: Այս գումարները չեն փոփոխվում, եթե ընկերությունը չի սնանկանում: Պարտատոմսերի տարբերությունը այլ պարտատիրական հարաբերություններից, ինչպիսիք են առևտրային կամ բանկային վարկերը, այն է, որ սրանք կարելի է վաճառել հանրությանը փոքր

«կտորներով», ասենք 10000-ական դրամ: Թողարկումից հետո ներդրողները կարող են գնել կամ վաճառել պարտատոմսերը արժեթղթերի կազմակերպված բորսաներում:

Պարտատոմսերի հիմնական առանձնահատկությունները երեքն են՝ *անվանական արժեք*, *կտրոնադրույք* *և մարման ժամկետ*: Անվանական արժեքը այն գումարն է, որը ներդրողը կստանա պարտատոմսի մարման ժամկետի ավարտին: Կտրոնադրույքը անվանական արժեքի այն տոկոսն է, որը թողարկողը պարտավորվում է վճարել ներդրողին՝ որպես տարեկան եկամուտ:

Թողարկումից հետո պարտատոմսերի շուկայական գնի փոփոխությունը հիմնականում կախված է առկա տոկոսադրույքներից: Տոկոսադրույքների աճի դեպքում պարտատոմսերի գները իջնում են և ընդհակառակը: Այդ պատճառով, պարտատոմսեր թողարկելիս, ընկերություններն աշխատում են կտրոնադրույքները հավասարեցնել համապատասխան տոկոսադրույքներին, որոնք արդեն իսկ առկա են տնտեսության մեջ թողարկման պահին: Նման դեպքում պարտատոմսերը հեշտ է տեղաբաշխել անվանական արժեքին հավասար գնով:

Վաղաժամկետ մարման հնարավորությունը

Շատ հաճախ ընկերությունները թողարկում են պարտատոմսեր՝ իրենց վերապահելով դրանք վաղաժամկետ, անվանական արժեքից բարձր գնով մարելու հնարավորությունը: Հաճախ այս պայմանն ուժի մեջ է մտնում միայն թողարկումից որոշ ժամանակ անց: Վաղաժամկետ մարումը թույլ է տալիս ընկերությանը, տոկոսադրույքների իջեցման դեպքում, հետ գնել իր պարտատոմսերի նախկին թողարկումը և տեղաբաշխել նորը՝ ավելի ցածր կտրոնադրույքով: Շուկայում իրավիճակի կամ ընկերության ռազմավարության փոփոխության դեպքում, պարտատոմսի նման հատկությունը ընկերությանը հնարավորություն է տալիս հանդես բերել ճկունություն՝ իր կապիտալի կառուցվածքը բարելավելու հարցում:

Կարևոր է նշել, որ որքանով վաղաժամկետ մարման ձևակերպված պայմանը ձեռնտու է ընկերության համար, այնքանով ավելի բարձր պետք է լինի պարտատոմսի կտրոնադրույքը՝ ներդրողին հրապուրելու համար:

Թողարկմանը վերաբերող պարտավորությունները

Նորմալ իրավիճակներում պարտատերերը, ներառյալ պարտատոմսերի սեփականատերերը, չեն մասնակցում ընկերության կառավարմանը: Պարտատոմսերի սեփականատերերի հսկողությունը ընկերության նկատմամբ ամրապնդվում է թողարկմանը կից ընդունվող, իրավաբանորեն պատշաճ կերպով ձևակերպված հատուկ պայմանագրային պարտավորությունների միջոցով: Հիմնականում վերջիններս սահմանափակում են ընկերության ընթացիկ պարտավորությունների և ընթացիկ ակտիվների հարաբերակցությունը, պարտքի և սեփական կապիտալի հարաբերակցությունը, կամ արգելում են ընկերությանը գնել կամ վաճառել կարևոր ակտիվները՝ առանց պարտատերերի նախնական համաձայնության: Այս իրավիճակը չի փոխվում, քանի դեռ ընկերությունը կատարում է պարտատերերի նկատմամբ իր ստանձնած պարտավորությունները: Հակառակ դեպքում, պարտատերերը իրավասու են նախաձեռնել ընկերության սնանկացման գործընթացը:

Իրավունքները լուծարման դեպքում

Ընկերության լուծարման դեպքում, արդյունքում գոյացող դրամական միջոցների բաշխման հերթականությունը սահմանվում է համապատասխան օրենքով, որը պարտատերերին դասակարգում է ըստ պարտքի ստորադասության: Ակտիվներով ապահովված պարտքի սեփականատերերը նախորդում են ընդհանուր պարտատերերին, որոնք իրենց հերթին նախորդում են ստորադաս պարտքի սեփականատերերին: Ընկերության արտոնյալ և հասարակ բաժնետերերը եզրափակում են ցուցակը:

Ակտիվներով ապահովումը

Ապահովված պարտքը վերադաս պարտք է, որի դիմաց գրավադրված է ընկերության որոշակի ակտիվ կամ մի խումբ ակտիվներ: Լուծարման դեպքում այդ ակտիվների վաճառքից առաջացած գումարը տրամադրվում է միայն ապահովված պարտքի սեփականատերերին: Եթե այդ վաճառքից առաջացած գումարը գերազանցում է ապահովված պարտքի ծավալը, ապա ավելցուկային դրամը տրամադրվում է մնացած պարտատերերին՝ ըստ սահմանված հերթականության: Եթե ստացվող գումարը պակաս է ապահովված պարտքից, ապա ապահովված պարտքի սեփականատերերը համարվում են ընդհանուր պարտատերեր:

Պարտատոմսերը որպես ներդրումային գործիք

Եթե ընկերության սնանկանալու հավանականությունը փոքր է, ապա վերջինիս պարտատոմսերը, ընդհանուր առմամբ, կարելի է բավականին ապահով համարել: Այնուամենայնիվ, ներդրողները պետք է զգուշանան սղաճից: Չնայած պարտատոմսի կտրոնային և մայր գումարի ֆիքսված մեծությանը, դրանք զգալիորեն արժեզրկվում են բարձր սղաճի դեպքում: Հետևաբար, նույնիսկ չվճարման վտանգից զուրկ պարտատոմսերը կարող են ռիսկային արժեթուղթ դառնալ տատանվող սղաճի դեպքում: Նման իրադրությունից որոշ չափով խուսափելու համար, հաճախ թողարկվում են փոփոխական կտրոնադրույքով պարտատոմսեր: Հիմնականում այս գործիքների կտրոնադրույքը տարբեր եղանակներով կապվում է համապատասխան պետական գանձապետական պարտատոմսերի տոկոսադրույքների հետ:

Վարկանշում

Աշխարհում շատ տարածված են այսպես կոչված պարտատոմսերի վարկանիշները: Դրանք հրապարակվում են հայտնի վերլուծական ընկերությունների կողմից: Եթե տվյալ թողարկմանը վերագրվում է որևէ վարկանիշ, ապա վերջինս բնութագրում է միայն պարտատոմսի չվճարման ռիսկը: Յուրաքանչյուր վարկանշող ընկերություն օգտագործում է իր սեփական վարկանշային մոտեցումը, որը հիմնականում ներառում է ֆինանսական հաշվետվությունների, մրցումակության վերաբերյալ գնահատականները և այլն: Ցածր վարկանիշ ունեցող ընկերություններն իրենց թողարկումները տեղաբաշխելու համար ստիպված են ավելի բարձր տոկոսադրույքներ առաջարկել ներդրողներին:

Բաժնային արժեթղթեր

Հասարակ բաժնետոմս

Հասարակ բաժնետոմսը մնացորդային եկամուտի հանդեպ պահանջը հաստատող արժեթուղթ է: Բաժնետերն իրավունք ունի միայն այն եկամուտի նկատմամբ, որը մնացել է բոլոր պարտավորությունները՝ ներառյալ պարտքի սպասարկման հետ կապված վճարումները, կատարելուց հետո: Եթե ընկերությունը բարգավաճում է, ապա հիմնական շահառուները բաժնետերերն են, հակառակ դեպքում՝ նրանք են կրում հիմնական կորուստները: Կանխիկ գումարը, որը ստանում է բաժնետերը, կապված է շահաբաժինների վճարման հետ: Շահաբաժինների վերաբերյալ որոշումն ընդունվում է ընկերության բաժնետերերի ընդհանուր ժողովի և ընկերության խորհրդի կողմից, և ընկերությունը պարտավոր չէ վճարել դրանք: Երկրորդ դեպքում ընկերությունը օգտագործում է իր շահույթը ներքին նպատակների համար, ինչը հավաստիորեն բարձրացնում է բաժնետոմսերի արժեքը:

Բաժնետերերի վերահսկողությունը

Ընկերության խորհուրդն ընտրելու իրավունքը բաժնետերերին տեսականորեն հնարավորություն է տալիս վերահսկել ընկերության գործունեությունը: Սակայն բազմաթիվ մանր բաժնետերերի իրական հնարավորությունները այս պարագայում սահմանափակ են, և ընկերության գործադիր ղեկավարությունը

կարողանում է վերահսկել խորհուրդը՝ նույնիսկ փոքր բաժնեմասի սեփականատեր լինելով հանդերձ: Իրադրությունն, իհարկե, այլ է, եթե առկա են մեկ կամ մի խումբ խոշոր բաժնետերեր, որոնք ի գործ են ամբողջությամբ կիրառել բաժնետիրական վերահսկողության մեխանիզմները:

Այնուամենայնիվ, սա բոլորովին չի նշանակում, որ ընկերության ղեկավարությունը կարող է անտեսել մանր բաժնետերերին: Դա տեղի չի ունենում երկու կարևոր պատճառներով: Առաջինն այն է, որ ղեկավարների և բաժնետերերի շահերը համընկնում են ընկերության շահութաբեր գործունեության հարցում: Կառավարիչների ողջ գործունեությունը՝ ուղղված ընկերության արդյունավետ մրցակցելու ունակության բարձրացմանը, բխում է նաև բաժնետերերի շահերից: Երկրորդը կապիտալի շուկայից օգտվելու շահագրգռվածությունն է: Եթե ընկերությունը մտադիր է կապիտալ ներգրավել արժեթղթերի թողարկման միջոցով, ապա արդեն տեղաբաշխված արժեթղթերի բարձր որակը դառնում է անհրաժեշտություն: Ընկերության անարդյունավետ գործունեությունը, կամ բաժնետերերի հետ հարաբերություններում ունեցած խնդիրները անմիջապես բացասաբար են անդրադառնում բաժնետոմսերի գնի վրա: Սա, իր հերթին, կարող է հանգեցնել նույնիսկ ընկերության ձեռքբերմանը «ներխուժողների» կողմից՝ խոշոր քանակությամբ բաժնետոմսերի ձեռքբերման միջոցով, հակառակ կառավարիչների ցանկության:

Արտոնյալ բաժնետոմս

Արտոնյալ բաժնետոմսը պարտատիրական և բաժնային արժեթղթերի համակցություն է: Պարտատիրականի նման, արտոնյալ բաժնետոմսը ֆիքսված եկամտով արժեթուղթ է, որի սեփականատերը ստանում է տարեկան հաստատագրված շահաբաժին, որը հաճախ արտահայտվում է, ինչպես և կտրոնադրույքը, անվանական արժեքի որոշակի տոկոսի չափով: Ինչպես բաժնային արժեթղթի դեպքում, այդ շահաբաժինը վճարվում է համաձայն ժողովի/խորհրդի որոշման և պարտադիր չէ: Ինչպես բաժնային արժեթղթի դեպքում, այդ շահաբաժինները հարկվում են որպես ընկերության եկամուտ: Վերջին պատճառով հարկերը հանած հաշվարկով, ընկերության համար նույն կտրոնադրույքով պարտատոմսը մոտ մեկ երրորդով ավելի ձեռնտու է որպես արտաքին ֆինանսավորման միջոց: Մյուս բաժնային հատկությունը դա անժամկետայնությունն է, թեպետ արտոնյալ բաժնետոմսերը հաճախ ունեն վաղաժամկետ մարման հնարավորություն:

Ըստ ընկերության կանոնադրության, արտոնյալ բաժնետերերը կարող են որոշակի ազդեցություն ունենալ ընկերության կարևորագույն որոշումների վրա:

Կուտակման արտոնյալ բաժնետոմս

Հիմնականում արտոնյալ բաժնետոմսերն ունեն վճարման ենթակա շահաբաժինները կուտակելու հատկություն: Սա նշանակում է, որ եթե ընկերությունը չի վճարում արտոնյալ շահաբաժինը, այն, այնուամենայնիվ, պետք է ամբողջությամբ վճարվի հետագայում՝ մինչև հասարակ բաժնետերերի շահաբաժինների վճարումը:

2. Համապատասխան գործիքների առավելությունները և թերությունները

Համապատասխան գործիքի ընտրությունը երկու քայլ պարունակող գործընթաց է: Առաջին քայլով որոշվում է, թե ի՞նչ գումար է հարկավոր ներգրավել: Ընդհանրապես, այդ որոշումն ընդունվում է կանխատեսումների և բյուջեի կազմման կամ հաշվարկման ընթացքում: Գեկավարությունը հիմնականում գնահատում է հասույթների ցանկալի աճը, մոր ակտիվներ գնելու պահանջը և ընկերության սեփական/ներքին դրամական միջոցների առկայությունը: Եթե ներքին միջոցները չեն բավարարում, մնացած գումարը պետք է ներգրավել արտաքին աղբյուրներից: Ֆինանսական շուկաները և դրանցում միջոցներ ներգրավելու պայմաններն ուսումնասիրելուց հետո, ղեկավարները պետք է գնահատեն կապիտալ ներգրավելու ընկերության հնարավորությունները ընթացիկ ժամանակահատվածում: Եթե այդ

հնարավորությունները բավարար չեն, ապա ղեկավարությունը պետք է վերանայի իր ծրագրերը և համապատասխանեցնի դրանք առկա բյուջետային սահմանափակումներին: Դրական ակնկալիքների դեպքում կառավարիչները անցնում են երկրորդ քայլին, այն է՝ համապատասխան ֆինանսական գործիքի կառուցմանը: Սա ընկերության գործունեության ֆինանսավորմանն ուղղված աշխատանքի վճռորոշ մասն է: Ընկերությունը պետք է ընտրի հնարավոր բազմատեսակ գործիքներից ամենահարմարը: Ճիշտ ընտրությունը կապահովի անհրաժեշտ գումարների ներգրավումը հարմար պայմաններով: Միայն ընտրությունը կարող է առաջացնել գերաժախսեր, սպասվածից միջին ավելի բարձր ռիսկեր, կամ արժեթղթերի դեպքում՝ թողարկումը վաճառելու անկարողություն:

Ստորև շատ համառոտ կներկայացնենք համապատասխան ֆինանսական գործիք ընտրելու վերաբերյալ որոշման կարևորագույն բաղադրիչները:

Ճկունություն

Սա վերաբերում է ապագայում ընկերության համար ընդունելի պայմաններով կապիտալ ներգրավելու հնարավորություններին: Այս բաղադրիչը շատ կարևոր է արագ աճող ընկերությունների համար: Ընդհանուր առմամբ, բաժնային արժեթղթերն այս տեսակետից ավելի նախընտրելի են:

Ռիսկ

Կապիտալի ներգրավումը կարող է բացասաբար անդրադառնալ ընկերության սնանկանալու հավանականության վրա: Ռիսկը նմանապես մեծանում է բաժնետերերի ակնկալվող եկամուտների տատանումների առումով: Այստեղ նույնպես բաժնային արժեթղթերը, ընդհանուր առմամբ, ավելի նախընտրելի են:

Եկամուտ

Բաժնետերերի եկամուտների մակարդակը և բաժնային կապիտալի շահութաբերությունը անմիջականորեն կապված են ֆինանսավորման եղանակի հետ: Ընդհանուր առմամբ, պարտատիրական արժեթղթերն այս տեսակետից ավելի նախընտրելի են:

Վերահսկողություն

Ֆինանսավորման եղանակը կարող է վերաբաշխել ընկերության որոշումները վերահսկելու հնարավորությունները հին և նոր սեփականատերերի, պարտատերերի և կառավարիչների միջև: Ընդհանուր առմամբ, պարտատիրական արժեթղթերը այս տեսակետից ավելի նախընտրելի են:

Ժամանակ

Շատ կարևոր է, թե ե՞րբ են այս կամ այն ամբողջությունը տեղաբաշխվում: Տարբեր արժեթղթեր կարող են տարբեր կերպով ընդունվել ներդրողների կողմից՝ կախված շուկաներում առկա դրությունից, ընկերության վերաբերյալ ընթացիկ տեղեկություններից և այլ հանգամանքներից:

Այլ

Բոլոր դեպքերում, յուրաքանչյուր ընկերություն ցանկացած որոշակի պարագայում դիտարկում է իրեն բնորոշ՝ ֆինանսավորման տարբերակների ընտրության համար կարևոր հանգամանքներ: Դրանք համեմայն դեպս ներառում են կառավարիչների և սեփականատերերի տեսակետների հնարավոր տարբերությունները:

3. Բաց բաժնետիրական ընկերություն: Առավելություններ: Հավելյալ պատասխանատվություն

Եթե ընկերությունը գնում է բաժնետիրացման, նա ձեռք է բերում որոշակի առավելություններ: Այնուամենայնիվ, բաց բաժնետիրական ընկերության կարգավիճակը ենթադրում է նաև լրացուցիչ պարտականություններ: Այս կարգավիճակի և առավելությունները և բացասական կողմերը ընկերության «զանգվածային» սեփականության հետևանք են: Ընկերության սեփականությունն ուրիշների հետ բաժանելիս, հին սեփականատերերը զգալիորեն ընդլայնում են գործնական հնարավորությունները, բայց, միևնույն ժամանակ, կորցնում են ընկերության ապագան վերահսկելու իրենց բացառիկ իրավունքը: Ստորև համառոտ ներկայացնենք վերոհիշյալ առավելությունները և պարտականությունները:

Առավելություններ

Կապիտալ ներգրավելու հնարավորության ընդլայնում

Սա բաժնետիրական ընկերությունների հիմնական և էական առավելությունն է: Առաջին հաջող տեղաբաշխումից հետո ընկերությունը կարող է պարբերաբար թողարկել նոր արժեթղթեր՝ հավելյալ կապիտալ ներգրավելու համար: Եթե ընկերության առկա արժեթղթերը բարձրորակ են, ապա նրա լրացուցիչ գումարներ ձեռք բերելու հնարավորությունները գրեթե անսահմանափակ են: Տարբեր տեսակի արժեթղթերի թողարկումը ընկերությանը զգալի ճկունություն է ընձեռում սեփական ֆինանսական կառուցվածքի կառավարման հարցում:

Աշխատողների նվիրվածության խթանում

Սովորաբար, բաժնետիրական ընկերություններն իրենց աշխատողներին տարբեր եղանակներով պարգևատրում են բաժնետոմսերով՝ ըստ ընկերությունում աշխատանքի տևողության, զբաղեցրած պաշտոնի և այլն: Նման ներքին տեղաբաշխումը, փաստորեն, ընկերության հաջողությունները և մրցունակությունը անմիջականորեն կապում է աշխատողների սեփական ֆինանսական բարեկեցության հետ: Աշխատողների նվիրումը բարձրացնելու եղանակներից, սա ամենաարդյունավետն է:

Ապրանքների/ծառայության լրացուցիչ մարքեթինգ

Բաժնետիրական ընկերությունները պարտավոր են պարբերաբար հաշվետվություններ ներկայացնել Արժեթղթերի հանձնաժողով և ֆոնդային բորսա: Այդ հաշվետվությունները հասանելի են հանրության համար: Բացի դրանից, բաժնետիրական ընկերությունները պարտավոր են իրենց հաշվետվություններում հայտնել նաև բոլոր, այսպես կոչված, ընթացիկ էական փոփոխությունների մասին: Արդյունքում բաժնետիրական ընկերությունները և դրանց արտադրանքը/ծառայությունները շատ ավելի հաճախակի են լուսաբանվում զանգվածային լրատվության միջոցների կողմից՝ մնացած ընկերությունների համեմատ:

Գործնական կապերի ընդլայնում

Բաժնետիրական ընկերության վերաբերյալ հանրամատչելի տեղեկությունները արժանանում են հնարավոր մատակարարների, սպառողների, բաշխողների, համատեղ ձեռնարկություն կազմելու հնարավորություն որոնողների, տարբեր այլ տեսակի համագործակցություն ցանկացող անձանց ուշադրությանը: Բոլոր տեսակի գործնական բանակցությունների ժամանակ բաց բաժնետիրական ընկերության կարգավիճակից բխող ընդհանուր տեղեկությունների բացահայտումը լրացուցիչ վստահություն է ներշնչում բանակցող մյուս կողմերին, ինչը զգալիորեն նպաստում է բանակցությունների արդյունավետությանը:

Միաձուլումներ և ձեռքբերումներ

Բաց բաժնետիրական ընկերությունների համար գումարների ներգրավման նախընտրելի հնարավորություններն առավել բարենպաստ պայմաններ են ստեղծում միաձուլումները և ձեռքբերումները ֆինանսավորելու հարցում: Ի լրումն, նման կառուցվածքային փոփոխությունների ժամանակ, ընկերությունները կարող են դրամի փոխարեն օգտագործել սեփական բաժնետոմսերը: Վերջին դեպքում ընկերության արժեքի գնահատման հետ կապված բարդությունները վերանում են բաժնետոմսերի շուկայական գնի առկայության պատճառով:

Բաժնետերերի անձնական ֆինանսական վիճակի ճկունություն

Բաց բաժնետիրական ընկերության բաժնետոմսերն, ընդհանուր առմամբ, շատ ավելի իրացվելի են (հեշտությամբ են գնվում և վաճառվում), համեմատած բոլոր այլ տեսակի մասնավոր ընկերություններում կատարված ներդրումների հետ: Սա բաժնետոմսերի սեփականատիրոջը ընձեռում է լրացուցիչ ճկունություն սեփական միջոցների պլանավորման հարցում: Շատ կարևոր է նաև սեփական ունեցվածքի շուկայական գնի մասին մշտապես իրազեկ լինելու փաստը, ինչը հնարավոր է բաժնետոմսերի համեմատաբար աշխույժ շուկայի առկայության դեպքում:

Պարտականություններ

Վերահսկողության վերաբաշխում

Ընկերության բաժնետոմսերը նոր սեփականատերերին վաճառելով, նախկին սեփականատերերը համապատասխան չափով զիջում են ընկերության ապագան վճռող որոշումների վերահսկման իրենց իրավունքները: Նույնիսկ բոլոր այն հարցերում, որոնց համար բաժնետերերի ընդհանուր ժողովի քվեարկությունը պարտադիր չէ, ընկերությունը պետք է առաջնորդվի բոլոր բաժնետերերի շահերը գերադասելու սկզբունքով:

Եկամուտների վերաբաշխում

Բաժնետոմսերի տեղաբաշխումը սահմանում է սեփականտերերի շրջանակը՝ այն մարդկանց, որոնք ստանում են ընկերության շահույթը՝ իրենց ունեցած բաժնեմասին համապատասխան:

Բաժնետերերի ունեցվածքի արժեքի առավելագույն չափով ավելացմանն ուղղված կառավարում

Ընկերության ղեկավարությունը, վերջի վերջո, պատասխանատու է բաժնետերերի առջև և պարտավոր է աջալուծորեն կատարել «այլ անձանց ունեցվածքը տնօրինելու» իրենց պարտականությունը: Ավելին, ընկերության բոլոր ռազմավարական որոշումները տրամաբանորեն ուղղված են բաժնետերերի սեփականության արժեքի ավելացմանը:

Ռազմավարական տեղեկատվության բացահայտում

Օրենսդրությունը բաժնետիրական ընկերություններից պահանջում է բացահայտել որոշակի բնույթի տեղեկատվություն իր բաժնետերերի և Արժեթղթերի հանձնաժողովի (նույնն է՝ հանրության) առջև: Եթե վերոհիշյալ բացահայտումը իրականացվում է պատշաճ կերպով, ապա այն նպաստում է ներդրողների վստահության ամրապնդմանը:

Բաժնետիրական կարգավիճակի հետ կապված ծախսեր

Արժեքների տեղաբաշխումը բավականին ծախսատար գործունեություն է: Նման ծախսերը հիմնականում կապված են հրապարակային առաջարկների կազմակերպման հետ և ներառում են տարբեր տեսակի վարձավճարներ՝ տեղաբաշխողներին, աուդիտորներին, իրավաբաններին, պետական տուրքերի մուծումներ և այլ ծախսեր: Ապագայում բաժնետերերի հետ անհրաժեշտ հաղորդակցությունը, նույնպես, կարող է զգալի ծախսեր պահանջել:

Ընկերությունում ներդրված սեփական ունեցվածքի հանդեպ վերահսկողության մասնակի կորուստ

Թեև բաց բաժնետիրական ընկերության բաժնետոմսերը շատ ավելի իրացվելի են, քան այլ տեսակի սեփականությունը, այնուամենայնիվ ընկերության հետ սերտ կապ ունեցող անձինք (ասենք, ընկերության ղեկավարները և նրանց մերձավորները, նշանակալից և խոշոր բաժնետերերը և այլն) բաժնետոմսերի առուվաճառքի հարցում ենթակա են որոշակի սահմանափակումների, որոնք ամրագրվում են հատուկ կանոններով և կանոնակարգերով: Նման սահմանափակումները ուղղված են խոչընդոտելու, այսպես կոչված, "ինսայեդերական" (ներքին) տեղեկատվության վրա հիմնված գործարքների իրականացմանը:

4. Բաժնետիրացման կամ արժեքների առաջնային տեղաբաշխման կազմակերպման որոշ մանրամասներ

Ընդհանրապես, ընկերությունները կապիտալ են ներգրավում երկու ձևով՝ բանկերի, ապահովագրական ընկերությունների, տարբեր հիմնադրամների և ֆինանսական հաստատությունների հետ առանձին բանակցությունների միջոցով կամ հանրությանը վաճառելով իրենց արժեքները: Երկրորդ ձևը հայտնի է որպես հրապարակային առաջարկ: Մեծ ընկերություններն իրենց բաժնային արժեքները հիմնականում հենց այս եղանակով են տեղաբաշխում, իսկ առաջին ձևը հաճախ կիրառում են պարտատիրական գործիքները վաճառելիս:

Ընկերության դերը

Ընկերության ղեկավարները պետք է պատրաստ լինեն հատկացնել զգալի ժամանակ բաց բաժնետիրական ընկերության կարգավիճակի ձեռքբերման և պահպանման հարցին: Սա վերաբերում է կորպորատիվ կառավարմանը, ներդրողների և հանրության հետ հարաբերություններին, Արժեքների հանձնաժողով ներկայացվող պարբերական հաշվետվություններին, անկախ աուդիտորների և արժեքներ վաճառող բրոքերների/տեղաբաշխողների հետ հաղորդակցությանը և այլն:

Այս ամենի մեջ կենտրոնական տեղ է զբաղեցնում «պատշաճ ջանասիրությամբ» պատրաստվող անհրաժեշտ փաստաթղթերի փաթեթը, որը պահանջում է տեղաբաշխողի և աուդիտորի կողմից ընկերության մանրակրկիտ ուսումնասիրությունը: Հետագայում այս գործի արդյունքները օգտագործվում են ներդրողներին շահագրգռելու համար: Տեղաբաշխողը հետագոտում է ընկերության կառավարման համակարգը, գործառնությունները, ֆինանսական իրավիճակը, գործունեության արդյունքները, մրցունակ կությունը, գործնական ծրագրերը: Սա ենթադրում է բոլոր այն հանգամանքների ուսումնասիրությունը, որոնք կարող են որևէ կերպ ազդել ընկերության աշխատանքային նվաճումների վրա, ներառյալ աշխատուժի, մատակարարների և հաճախորդների, պարտատերերի և, ընդհանրապես, ամենատարբեր գործոնների հետ կապված հարցերը, որոնց հիման վրա կարող է փոփոխության ենթարկվել համապատասխան տեղեկությունը թողարկման ազդագրում:

Աուդիտորն, իր հերթին, ստուգում է ընկերության հաշվապահական փաստաթղթերը, պայմանագրերը, ստացականները և բոլոր տեսակի ֆինանսական հաշվետվությունները: Նման աշխատանքը բավականին ծանր է և ժամանակատար: Այնուամենայնիվ, պետք է հիշել, որ առանց վերոհիշյալ տեղեկությունների

բացահայտման, կապիտալ (կամ ինչպես ասում են ֆինանսիստները "այլ անձանց փողերը") ներգրավվելու փորձերը, պարզապես, ժամանակի կորուստ են:

Տեղաբաշխող բրոքերը

Առաջնային և հետագա տեղաբաշխումները հիմնականում տարբերվում են գումարային ծավալով և ընկերության «տարիքով»: Հայտնի և լավ համբավ ունեցող ընկերության արժեթղթերը շատ ավելի հեշտ են տեղաբաշխվում: Տեղաբաշխող բրոքերները, իրենց հերթին, տարբերվում են իրենց ֆինանսական հնարավորություններով, ընկերության գործունեության ոլորտի վերաբերյալ գի տելիքներով, տարբեր արժեթղթեր տեղաբաշխելու փորձով, տարբեր տարածաշրջաններում աշխատելու փորձով և այլն: Տեղաբաշխողին ընտրելիս ընկերության ղեկավարությունը պետք է ուշադրություն դարձնի բրոքերի պատրաստակամությանը՝ աջակցել ընկերությանը տեղաբաշխման ավարտից հետո, ինչպես նաև տարբեր ծառայություններ մատուցելու նրա ունակություններին: Այդ ծառայությունները ներառում են կապիտալի ապագա ներգրավման պլանավորման և իրագործման հետ կապված աշխատանքները, ընկերության ֆինանսական համակարգի բարելավման աջակցությունը, ռազմավարական խորհրդատվությունը, արժեթղթերի առուվաճառքի հետ կապված ծառայությունները, ընկերության ֆինանսական հետազոտությունը և դրա հրապարակումը և այլն: Ինչպես հաճախ կատակում են վերոհիշյալ ծառայությունները մատուցող բրոքերների, կամ այլ կերպ ասած ներդրումային բանկիրների մասին՝ նրանք մատուցում են բոլոր այն ծառայությունները, որոնք կարող են մատուցվել՝ մուգ կոստյումը հագին:

Շատ կարևոր է ճիշտ գնահատել տվյալ բրոքերի հնարավորությունները բաժնետոմսերը վաճառելու հարցում: Առաջին հերթին, սա կախված է տարբեր ներդրողների հետ ունեցած նրա կապերից: Ընկերությունների համար մեծ նշանակություն ունի, թե ինչպե՞ս են վերաբաշխվում իրենց բաժնետոմսերը և այս հանգամանքը էական դեր է խաղում տեղաբաշխող բրոքերի ընտրության հարցում: Բաց բաժնետիրական ընկերությանը անհրաժեշտ է մշտապես լինել առկա և պոտենցիալ ներդրողների ուշադրության կենտրոնում: Դրան շատ են նպաստում ընկերության վերաբերյալ այսպես կոչված, ֆինանսական հետազոտությունները, որոնք պարբերաբար հրապարակվում են բրոքերային ընկերությունների կողմից: Վերջիններս, երբեմն ֆինանսական կամ տնտեսական վերլուծության վրա հիմնված խորհուրդներ են, որոնք բրոքերները տրամադրում են իրենց հաճախորդներին կամ, պարզապես, վաճառում բոլոր այն անձնաց, ովքեր հետաքրքրություն են ցուցաբերում: Այս տեսակետից ընկերության համար ցանկալի է ընտրել այնպիսի տեղաբաշխող, որը հայտնի է ներդրողների շրջանակներում և պատրաստ է որակյալ հետազոտական հաշվետվություններ:

Բրոքերային ինքնակառավարվող կազմակերպությունները վերահսկում են իրենց տեղաբաշխմամբ զբաղվող անդամներին՝ ծառայությունների վարձատրման և ընդհանուր աշխատանքի կազմակերպման առումով:

Իրավական հարցեր

Արժեթղթերի թողարկման, տեղաբաշխման և Արժեթղթերի հանձնաժողովում գրանցման հետ կապված խնդիրները պահանջում են մանրակրկիտ և ծավալուն իրավաբանական աշխատանք: Եթե ընկերությունը փոքր է և չունի հաստիքային իրավաբաններ, ապա դրանց, ինչպես և տեղաբաշխող մասնագետներին պետք է վարձել: Իրավաբանական ընկերություն վարձելիս, անպայման պետք է ի նկատի ունենալ վերջինիս փորձը մասն գործարքներում, նրա մասնակցությամբ տեղաբաշխումների հետ կապված դատական գործերի ընթացքը և արդյունքները, Արժեթղթերի հանձնաժողովի և տվյալ բնագավառի այլ հիմնարկների հետ փոխհարաբերությունները և այլն:

Աուդիտ/հաշվեքննություն

Յուրաքանչյուր բաց բաժնետիրական ընկերություն պարտավոր է իր ֆինանսական հաշվետվություններին կցել անկախ աուդիտորի եզրակացությունը: Տեղաբաշխումների ժամանակ ներկայացվող հաշվետվությունները արժանանում են առանձնակի ուշադրության ներդրողների կողմից: Իհարկե, նախընտրելի է ընկերության ֆինանսական հնարավորությունների սահմաններում վարձել առավել հայտնի և բարձրորակ աուդիտորների: Սա բարձրացնում է ներդրողների վստահությունը ընկերության

հաշվետվությունների նկատմամբ: Կարևոր է նաև աուդիտորի իրազեկությունը Արժեթղթերի հանձնաժողովի հատուկ պահանջներին, որոնք սահմանվում են հայտարարագրերում ներառվող հաշվապահական փաստաթղթերի համար:

Ազդագիրը և դրա գրանցումը

Ազդագիրը թողարկման վերաբերյալ տեղեկությունների բացահայտման փաստաթուղթն է, ինչպես նաև վաճառքն ուղեկցող տեղեկությունների միակ փաթեթը: Օրենսդրությամբ պահանջվում է ազդագրի օգտագործումը միայն հրապարակային առաջարկը իրականացնելիս: Ընկերության գործադիր ղեկավարությունը և բաժնետիրական խորհրդի անդամները պատասխանատու են ազդագրում առկա էական տեղեկատվության խեղաթյուրումների կամ բացթողումների համար՝ անկախ վերոհիշյալ անձանց տեղեկացվածության աստիճանից: Թեև ազդագրի պատրաստմանը մասնակցող բոլոր կողմերը՝ ընկերությունը, աուդիտորը, իրավաբանը, տեղաբաշխողը իրենց չափով կրում են պատասխանատվություն և պարտավոր են դրսևորել «պատշաճ բարեխղճություն», ընկերության ղեկավարությունը առանձնահատուկ դեր է խաղում իրական պատկերը ներկայացնելիս: Դեկլարությունը պետք է ազդագիրը պատրաստողներին ապահովի ճշգրիտ տեղեկություններով, ապա հաստատի փաստաթղթում տեղ գտած տեղեկությունները:

Բացի ընկերության գործունեության ընդհանուր տվյալներից, ազդագիրը պետք է ներառի կառավարման համակարգի, ղեկավար անձանց վարձատրության նկարագրությունները, ինչպես նաև տեղեկություններ ղեկավարների և ընկերության միջև բոլոր գործարքների մասին: Ազդագրի կարևոր մաս են կազմում նաև հիմնական բաժնետերերի և նրանց բաժնեմասի վերաբերյալ տվյալները: Ներդրողները, դրա հետ մեկտեղ, շատ ուշադիր են կառավարիչների կողմից ներկայացվող վերլուծության նկատմամբ, որը վերաբերում է ընկերության ֆինանսական և գործառնական արդյունքների ակնհայտ կամ ակնկալվող փոփոխություններին:

Ազդագրում միշտ պետք է ներկայացվեն ընկերության գործունեությունը վտանգող հնարավոր բոլոր ռիսկերը: Սա անհրաժեշտ է, որպեսզի ընկերության գործառնական և մրցակցային բնութագիրը լինի լիակատար և հավաստի: Ընկերության ներկան և անցյալը ներկայացնող փաստերը պետք է զգալիորեն գերակշռեն բոլոր տեսակի կանխատեսումները: Վերջիններս շարադրվում են առավելագույն զգուշությամբ:

Այս բազմաթիվ սահմանափակումներով հանդերձ, ազդագիրն, այնուամենայնիվ, ծառայում է որպես գովազդային գրքույկ, և բոլոր ազդագրերը պատրաստվում են հնարավորին չափ ճշգրիտ և մեծագույն ուշադրությամբ, մինևույն ժամանակ, ընկերությունները ձգտում են, որ իրենց ազդագրերը պատկերավոր և հրապուրիչ լինեն:

Ազդագրի գրանցումը Արժեթղթերի հանձնաժողովում

Ազդագիրն օգտագործելուց առաջ այն պետք է գրանցվի Արժեթղթերի հանձնաժողովում: Հանձնաժողովի դերն այստեղ անհրաժեշտ տեղեկությունների բացահայտման ապահովումն է: Հանձնաժողովի Կորպորատիվ Ֆինանսների վարչությունը ստուգում է ներկայացված հայտարարագրում (վերջինս ներառում է ազդագիրը) էական փաստերի համարժեք և ճշգրիտ բացահայտումը: Վերոհիշյալ վարչությունը, հարկ եղած դեպքում, թերությունների մասին տեղեկացնում է ազդագիրը ներկայացրած ընկերությանը: Ընկերությունն, իր հերթին, կատարում է համապատասխան փոփոխությունները: Բացահայտված բոլոր թերությունները շտկելուց հետո ազդագիրը գրանցվում է, ինչին հետևում է տեղաբաշխման գործընթացը:

5. Փոխհարաբերություններ ներդրողների հետ

Ընկերությունները զգալի գումարներ են ծախսում իրենց արտադրած ապրանքների մարքեթինգի համար: Միաժամանակ ներդրողների հետ փոխհարաբերությունները բարելավվելու նպատակին հատկացվող գումարները շատ հաճախ չնչին են: Մինչդեռ սեփական արժեթղթերը ընկերության կարևորագույն ապրանքներից են, եթե որպես հաճախորդ պատկերացնենք ներդրողներին: Օպտիմալ շուկայական կապիտալիզացիայի հասած առավել հաջողակ ընկերությունները հիմնականում բավականին հմտորեն են կազմակերպում իրենց սեփական արժեթղթերի՝ այն է հենց ընկերության որպես ապրանքի, մարքեթինգը:

Ընկերության ներդրողների հետ կապերի պահպանման ռազմավարության կարևորագույն նպատակն իր արժեթղթերի արդարացի շուկայական արժեքի պահպանումն է: Որպես կանոն, ընկերությունները նախապես որոշում են, թե ինչպիսի համբավ են նրանք ցանկանում ունենալ (կամ ինչ որոշակի տեղեկություն են ցանկանում հաղորդել) ներդրողների կամ հանրության շրջանակներում: Այնուհետև հստակեցվում է լսարանը և ավելի հստակ սահմանվում, թե որոշակի ինչ տեղեկություն է անհրաժեշտ հաղորդել: Այս ընկերությունը նախագծում է հաղորդակցություններն ապահովող ընթացակարգը և, ի վերջո, ղեկավարության բոլոր մակարդակները ստանում են համապատասխան հանձնարարականները:

Հանրային կապերի հիմնական նպատակները

Պահպանել «վաճառող կողմի» առավել հետաքրքրությունը և գրավել համապատասխան վերլուծաբանների շարունակական ուշադրությունը

Արժեթղթերի շուկայի միջնորդ մասնակիցներին կարելի է տարանջատել «վաճառող» և «գնող» կողմերի: Ընդհանուր առմամբ, առաջինները հիմնականում տեղաբաշխումներով զբաղվող բրոքերային, դիլերային ընկերություններն են: Բաժնետիրական ընկերություններին շատ կարևոր է արդյունավետ համագործակցել դրանց համար աշխատող վերլուծաբանների (կամ այն անձանց, որոնք իրավասու են այս կամ այն արժեթուղթը գնելու կամ վաճառելու խորհուրդների համար) հետ: Վերջիններս, տրամադրելով իրենց վերլուծությունը, տվյալ արժեթուղթը առաջարկում են «գնող կողմին»:

Բրոքերային ընկերությունների օգտագործում ընկերության արժեթղթերի իրացվելիությունը և առուվաճառքի ծավալը առավելագույնս բարձրացնելու համար

Բրոքերային ընկերությունները բաժնետիրական ընկերության և առանձին ներդրողների համար հանդիսանում են «ուղիղ կապի միջոց»: Դրանք բաժնետոմսեր և տարբեր այլ ֆինանսական գործիքներ են վաճառում իրենց հաճախորդներին՝ հանրության տարբեր շերտեր ներկայացնող մարդկանց և կազմակերպություններին: Հետևաբար, բրոքերների հետ արդյունավետ համագործակցությունը ավելի հասանելի է դարձնում ներդրողների համայնքը ընկերության համար:

Ներկայացնել ընկերության բաժնետոմսերը որպես գրավիչ ներդրումային գործիք

Ի նկատի ունենալով, որ ներդրողին շուկայում տարբեր ֆինանսական գործիքների և ընկերությունների լայն տեսականի է առաջարկվում, բաժնետիրական ընկերությունը պետք է աշխատի պահել իր բաժնետոմսերը լավագույն ներդրումային տարբերակների շարքերում:

Ստեղծել բաժնետերերի հնարավորին չափ բազմազան զանգված

Փորձը ցույց է տալիս, որ բաժնետիրական ընկերությունների մեծ մասը աշխատում է ունենալ ինստիտուցիոնալ (տարբեր ներդրումային հիմնադրամեր, ֆինանսական ոլորտի ընկերություններ) և անհատ ներդրողների միջև բաշխված բաժնետերերի բազմություն: Համարվում է, որ անհատ ներդրողները, սովորաբար, առավել բարյացակամ են տրամադրված ղեկավարության նկատմամբ, մինչդեռ ինստիտուցիոնալ ներդրողները՝ ֆինանսապես ավելի հզոր լինելով, պահանջկոտ են: Պետք է հիշել նաև, որ շատ անհատներ նախընտրում են իրենց ներդրումները կատարել ինստիտուցիոնալ կառույցների, օրինակ՝ փոխադարձ հիմնադրամների միջոցով:

Պահպանել «նշակված» շուկա՝ ընկերության ապագա թողարկումները տեղաբաշխելու համար

Ընկերությունը պետք է լինի բավականաչափ հայտնի և բարձր հեղինակություն ունենա ներդրողների շրջանակներում, որպեսզի կարողանա համեմատաբար հեշտությամբ տեղաբաշխել իր հետագա թողարկումները:

Բաժնետերերի հետ կապերի առանձնահատկությունները

Անհատ բաժնետերերը

Անհատ բաժնետերերը, հիմնականում, առավել լոյալ են ընկերության նկատմամբ: Ակնհայտ է, որ գործունեության բարձր ֆինանսական արդյունքների նվաճումը այդ լոյալությունը պահպանելու ամենավստահելի միջոցն է: Միևնույն ժամանակ, ընկերության ընդհանուր վիճակի թուլացման ժամանակաշրջանում լավ փոխհարաբերությունները անհատ բաժնետերերի հետ շատ կարևոր են: Սրա համար անհրաժեշտ է, որ շարքային բաժնետերն իրեն միշտ զգա ընկերության ուշադրության կենտրոնում: Դրան կարելի է հասնել ճիշտ ժամանակին տրամադրելով պարզ և ազնիվ տեղեկատվություն: Բացի ընկերությունից, բաժնետերերի այս խումբը տեղեկատվություն է ստանում նաև բրոքերներից, լրատվական միջոցներից և, ավելի հազվադեպ, մասնագիտացված վերլուծաբանների հետազոտական հաշվետվություններից: Վերոհիշյալներից միայն բրոքերները և լրատվական միջոցները զգալի ազդեցություն ունեն անհատ բաժնետերերի որոշումների վրա:

Ինստիտուցիոնալ բաժնետերերը

Բաժնետիրական ընկերության բարձրաստիճան պաշտոնյաները հաճախ այցելում են իրենց ինստիտուցիոնալ բաժնետերերին և մանրամասն տեղեկացնում գործունեության արդյունքների մասին: Նման անմիջական շփումները, հիմնականում, օգնում են խուսափել որևէ լուրջ անհամաձայնություններից: Կարևոր է նշել, որ ընկերության համապատասխան ղեկավարները հաճախ սերտ կապեր են պահպանում նաև այն ինստիտուցիոնալ ներդրողների հետ, որոնք չեն հանդիսանում նրանց բաժնետերերը խոշոր ներդրողներ ունենալու հնարավորությունը միշտ բաց պահելու համար:

Բրոքերների հետ կապերի առանձնահատկությունները

Ընկերությունները առանձնակի ուշադրությամբ են տեղեկություններ տրամադրում բրոքերներին և նրանց համար աշխատող վերլուծաբաններին: Բանն այն է, որ առաջինները նկատելի ազդեցություն ունեն այսպես կոչված «մանրածախ» կամ անհատ ներդրողների, իսկ վերջինները՝ ինստիտուցիոնալ ներդրողների վրա: Տվյալ արժեթուղթը «զնելու», «վաճառելու» կամ «պահելու» վերաբերյալ նրանց խորհուրդները շատ կարևոր են, քանի որ հաճախորդները հիմնականում դրանցով են առաջնորդվում:

Ընկերությունը հաճախ ինքն է նախաձեռնում պարբերական հանդիպումներ վերլուծաբանների հետ և ներկայացնում իր ռազմավարական ծրագրերը, ծագած խնդիրները: Հիմնականում, դրանով զբաղվում են ընկերության բարձրաստիճան պաշտոնյաները: Շատ կարևոր է ճիշտ ժամանակին ներկայացնել տեղի ունեցած բոլոր էական փոփոխությունները և մանրամասնորեն պատասխանել վերլուծաբանների հարցումներին: Ընկերությունը պետք է կարողանա ինքն իրեն ներկայացնել լավագույն ձևով, իհարկե, իրականության սահմաններում և օրենսդրությամբ պահանջվող ճշգրտությամբ:

Բրոքերների հետ հաղորդակցելիս, ընկերությունները մասնակցում են նաև իրենց արժեթղթերի վաճառքը խթանելու համար օգտագործվող նյութերի/տեղեկատվության պատրաստման գործին:

Լրատվական միջոցների հետ կապված առանձնահատկություններ

Լրատվական միջոցների հետ աշխատելիս պետք է հիշել, որ լրագրողները միշտ ուզում են առաջինը հաղորդել «ամենաճշմարիտ» լուրը: Այնպես որ, նրանց համար նախատեսված հաղորդագրությունները

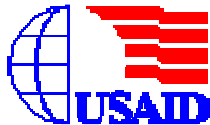
պետք է լինեն կշռադատված և հստակ և, որոշ դեպքերում՝ գրավոր: Սա, իհարկե, նպատակ ունի խուսափել օրենսդրությամբ արգելված էական խեղաթյուրումներից, որում կարող են մեղադրել ընկերության պաշտոնյաներին: Հարցազրույցների համար կա չգրված օրենք, որը պարտադրում է ասել միայն այն, ինչ կարող է տպվել մամուլում և ամեն կերպ խուսափել «հրապարակմանը ոչ ենթակա» տեղեկություններ կամ կարծիքներ հայտնելուց:

Մամլո հաղորդագրությունները, որոնք շատ դեպքերում պարտադրված են օրենսդրությամբ, կարելի է համարել լրատվական միջոցների հետ աշխատանքի հիմնական գործիքը: Տարբեր տեսակի բրոշյուրները, ինտերնետային էջերը, զանգվածային զանգերը և այլն նույնպես շատ օգտակար են:

Ներդրողների հետ կապերի քաղաքականության հաջողության նշաններ

Անշուշտ, մի կողմ դնելով բաժնետոմսի շուկայական գնի տատանումները, կարելի է մատնանշել ընդհանուր հաջողության (կամ անհաջողության) մի քանի այլ նշաններ, որոնցով կարելի է գնահատել ներդրողների կամ հանրության հետ կապ պահելու ընկերության քաղաքականությունը:

Նոր բաժնետերերի և դրանց գումարային թիվը ընդհանուր առմամբ բնորոշում է գրավիչ բաժնետիրական ընկերությունները: Ընկերությանը հետևող և նրա մասին նյութեր հրապարակող *վերլուծաբանների թիվը* նույնպես վկայում է ընկերության ընդհանուր հաջողության մասին: *Բաժնետոմսի շուկայական գնի* և դրան բաժին ընկնող (այսինքն ընկերության շահույթը բաժանած տեղաբաշխված բաժնետոմսերի թվին) *շահույթի հարաբերակցության մեծությունը* համեմատական են հաջողությանը: Ինչքան բարձր է այդ թիվը, այնքան բարձր են ընկերության հետ կապված ներդրողների ակնկալիքները: Տվյալ արժեթղթի *առուվաճառքի միջին ծախսը* նույնպես կարող է մատնանշել գրավիչ բաժնետիրական ընկերությունը:



Գրքույկը պատրաստված է PricewaterhouseCoopers LLP. ընկերության կողմից՝ Հայաստանի Հանրապետությունում Միացյալ Նահանգների միջազգային զարգացման գործակալության կապիտալի շուկաների զարգացման ծրագրի շրջանակներում: Այն պատրաստված է Հայաստանի ֆոնդային բորսայի համար: