

ТИПЫ КОРПОРАТИВНЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ



Ассоциация - добровольное
объединение физических и
(или) юридических лиц с
целью взаимного
сотрудничества при
сохранении
самостоятельности и
независимости входящих в
объединение членов.



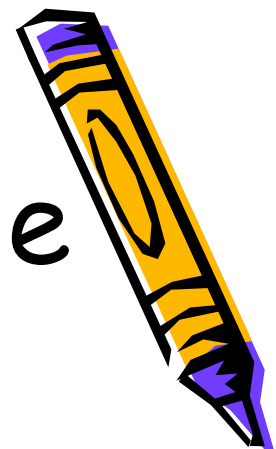
Консорциум - временное объединение корпораций, банков и других организаций на основе общего соглашения для осуществления капиталоемкого проекта или совместного размещения займа (несет солидарную ответственность перед заказчиками).



Концерн - крупное объединение предприятий, связанных общностью интересов, договорами, капиталом, участием в совместной деятельности (часто такая группа объединяется вокруг холдинга, держащего акции этих корпораций).



Синдикат - объединение
предприятий,
выпускающих однородную
продукцию, в целях
организации ее
коллективного сбыта через
единую торговую сеть.





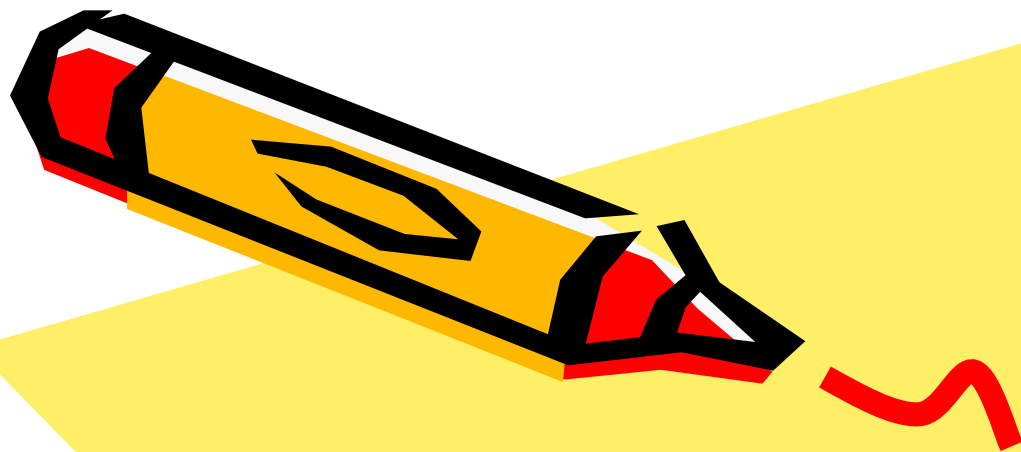
Финансово-промышленные группы - это зарегистрированная в установленном порядке в соответствующих ведомствах группа юридически независимых предприятий, финансовых и инвестиционных институтов, объединивших свои материальные ресурсы и капиталы для достижения общей экономической цели.

Центральной (головной) корпорацией в ФПГ может быть как специализированная организация - "управляющая компания", так и входящее в группу производственное предприятие или объединение, банк, финансовая или страховая компания.



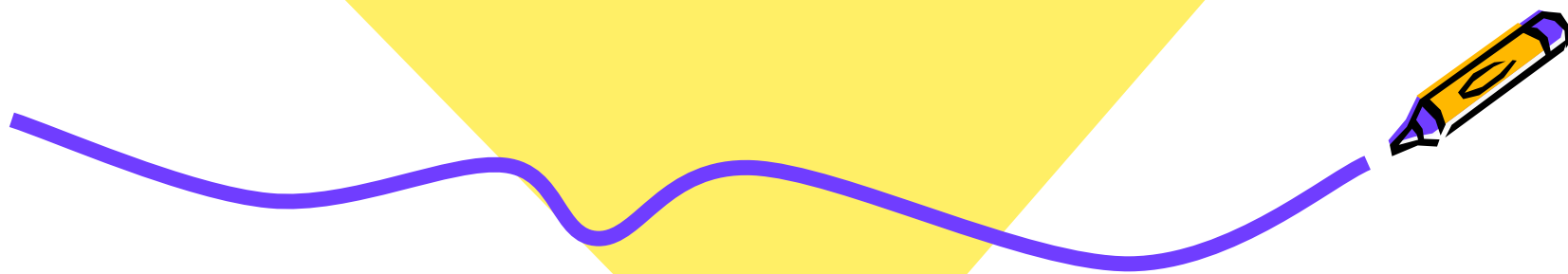
Холдинг - акционерная компания, владеющая контрольными пакетами акций, управляющая или контролирующая деятельность других компаний, предприятий с целью осуществления контроля над их операциями. Холдинговая компания может не владеть собственным производственным потенциалом и не заниматься производственной деятельностью.





ЭВОЛЮЦИЯ

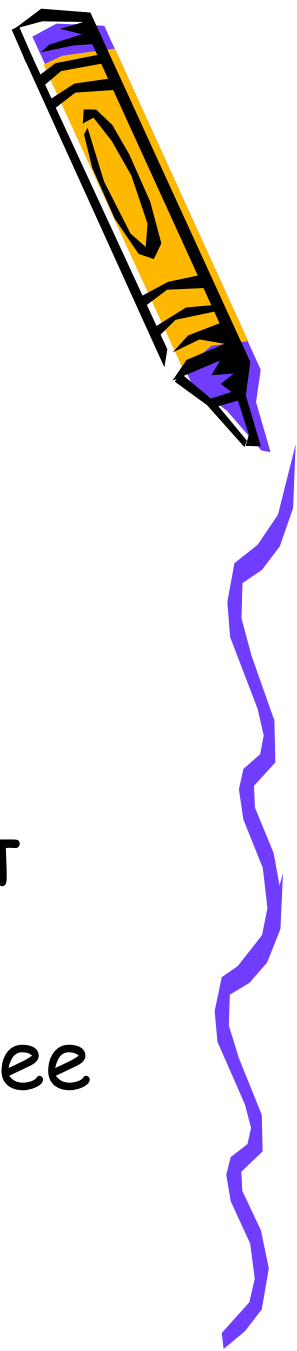
решений о выплате дивидендов



Джон Линтер - классическая теория:

- Фирмы придерживаются установленного на длительный срок планового коэффициента DIV.
- Менеджеры уделяют больше внимания изменениям дивидендов, чем их абсолютному уровню
- Изменения DIV являются следствием долговременных изменений прибылей
- Менеджеры неохотно идут на изменения дивидендов, если существует вероятность возврата к прежнему уровню





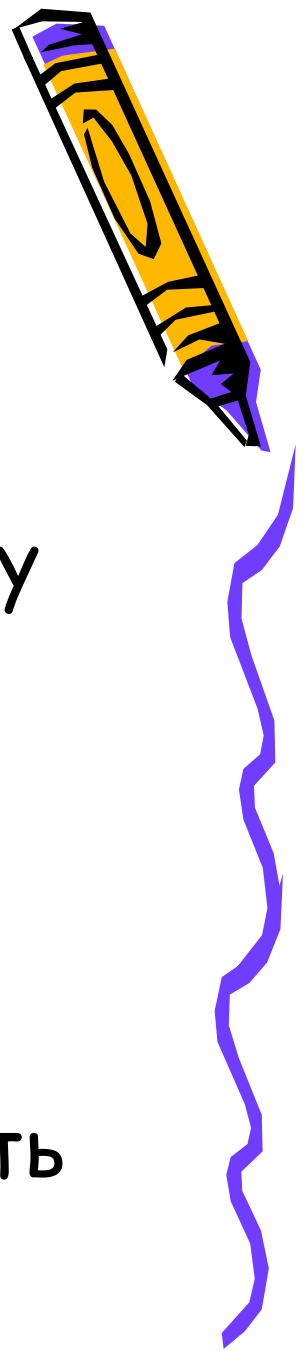
Модель Джона Линтера:

- Размер дивидендов зависит частично от текущих прибылей фирмы и частично от величины дивидендов в предыдущем году (которая, в свою очередь, зависит от прибылей в том году и от величины дивидендов годом ранее и т.д.)



Консервативная теория

- Правые радикалы: Увеличение дивидендных выплат ведет к росту стоимости фирмы.
- Левые радикалы: Увеличение дивидендных выплат снижает стоимость фирмы.
- Центристы: политика в области дивидендов не влияет на стоимость фирмы

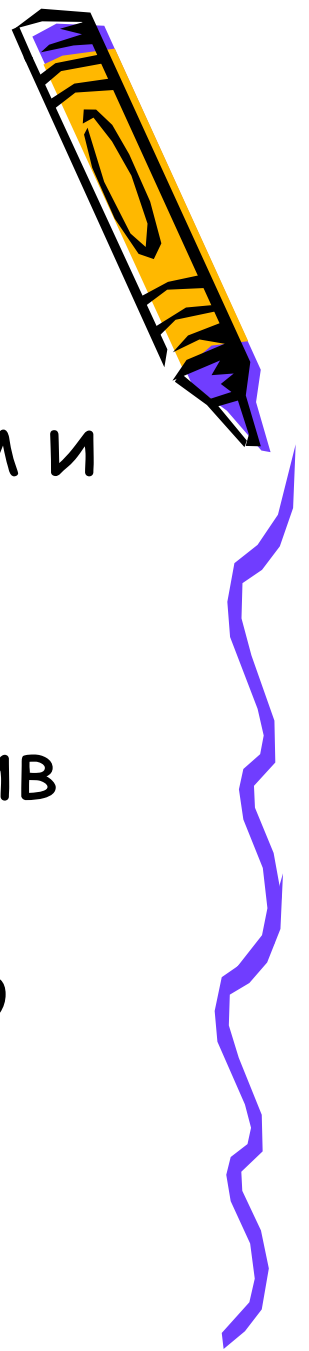


Центристская партия

- Образована в 1961 году М. Миллером и Ф. Модильяни
- Основной постулат - дивидендная политика не имеет значения в мире без налогов, операционных издержек и других проявлений несовершенства рынка



Правые радикалы



- Образована в 1951 году Б. Грэмом и Д. Додда.
- Основной постулат: за либеральные дивиденды и против скупых
- Доказательство: дивиденды - это наличные деньги в руках, что намного ценнее чем прирост капитала



Левые радикалы



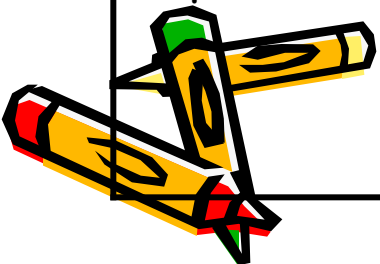
- Появились в середине XX века
- Основной постулат: лучше прирост капитала, чем хорошие дивиденды
- Доказательство: дивиденды подвержены двойному налогообложению
- Отрицание - реформа 1986 года



В соответствии с центристской, левой и правой теориями были разработаны дивидендные политики:



Подход к формированию политики	Варианты используемых типов дивидендной политики
Консервативный подход	<ol style="list-style-type: none">1. Остаточная политика DIV2. Политика стабильного размера дивидендных выплат
Умеренный подход	<ol style="list-style-type: none">3. Политика минимально-стабильного размера дивидендов с надбавкой в отдельные периоды
Агрессивный	<ol style="list-style-type: none">4. Политика стабильного уровня дивидендов5. Политика постоянного возрастания дивидендов



Структура эмиссионной

политики корпорации

I

Отработка Концепции
развития рынка
ликвидных акций

изучение производственного и финансового состояния Компании;
определение перспектив развития и форм привлечения средств;
разработка комплекса конкретных мер по повышению привлекательности Компании;
определение источников финансирования для реализации конкретных блоков работ на фондовом рынке

II

Управление пакетами
акций и отладка
рыночной
инфраструктуры

консолидация крупных пакетов акций;
вхождение в листинг РТС, операции на фондовом рынке, согласованная ценовая политика;
обеспечение дополнительных мер по повышению привлекательности вложений в акции;
система регистрации сделок и депозитарное обслуживание

III

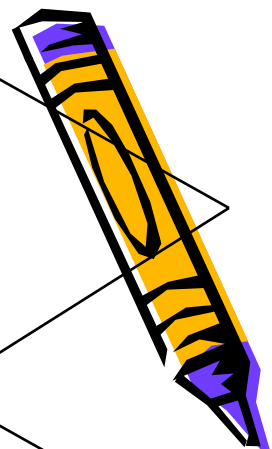
Информационное
обеспечение и создание
условий для выпусков
АДР

финансовый аудит и приведение финансовой отчетности в соответствие с международными стандартами;
подготовка детального Информационного Обзора;
целенаправленное информационное обеспечение инвесторов, включая проведение специальных мероприятий (пресс-конференций, презентаций)

IV

Продвижение акций
на международные
рынки

подготовка выпуска депозитарных расписок;
обеспечение всех требований по раскрытию информации;
международное размещение;
привлечение стратегического инвестора



ТЕМА ЛЕКЦИИ

- Финансовая стратегия корпорации

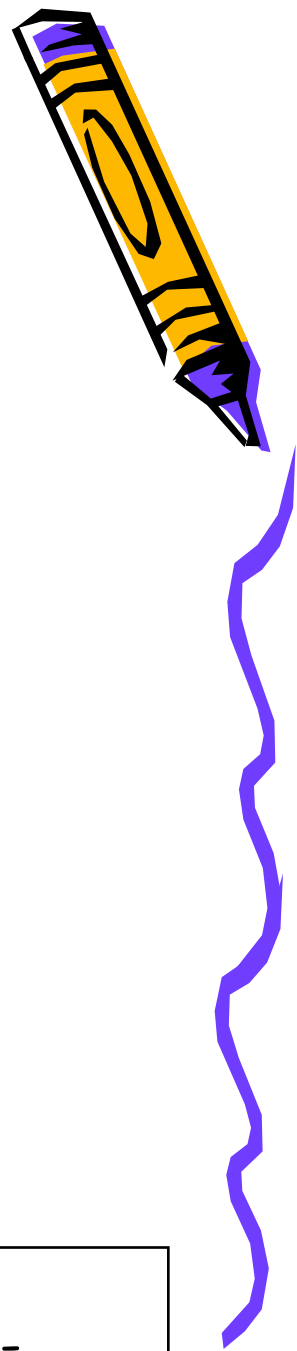
Вопрос 1:

Место финансовой
стратегии в общей

стратегии корпорации



Процесс выработки стратегии предприятия



Выработка стратегии
корпорации

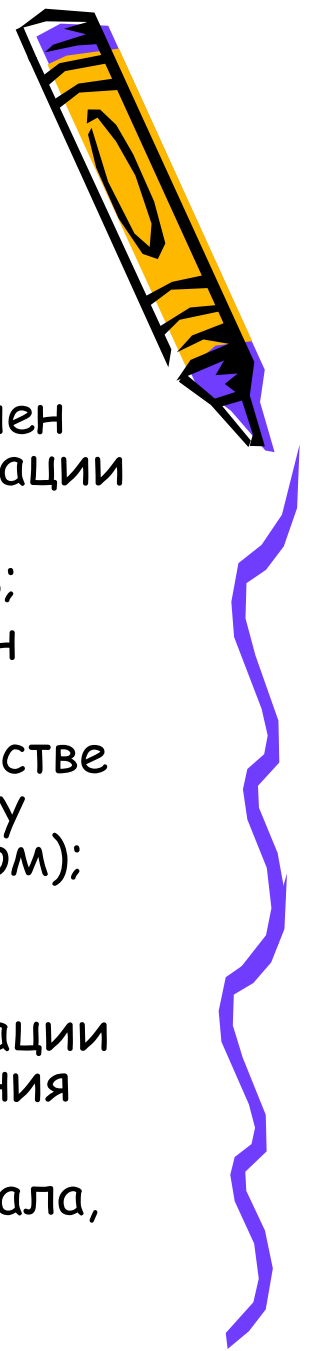
Выработка стратегии
поведения на рынке

Разработка внутренней
структуры

Формирование
организационно-
управленческой структуры



Формирование стратегии поведения на рынке включает определение следующих параметров



- регион или территория, на которую направлен сбыт, степень географической дифференциации сбыта;
- доля рынка, которую предполагается занять;
- группа потребителей, на которую направлен сбыт;
- определение связи "продукт - рынок" в качестве основы концепции маркетинга (выбор между дифференциальным и нишевым маркетингом);
- базовая ценовая стратегия (лидерства по издержкам, дифференциации, ниши и т.д.);
- выбор вида стратегии деятельности корпорации (стратегия конкуренции, стратегия расширения рынка и т.п.);
- квалификация и практический опыт персонала, необходимый для успешной конкурентной борьбы;
- необходимость кооперации.



В соответствии с выбранной стратегией рыночного поведения определяется взаимоувязанная система принципов внутренней структуры корпорации, состоящая из:

• снабженческо-сбытовой политики (выбор маркетинговой стратегии и тактики на всем протяжении от появления продукции до ее продажи, послепродажного обслуживания, мониторинге оперативной информации о рынке, переход на прямые поставки продукции, создание сбытовой сети);

• производственно-технологической и инновационной политики (минимизация издержек производства, приведение качества продукции в соответствие с запросами потребителей, создание оптимальной системы обеспечения сервисных служб, повышение конкурентоспособности на базе усовершенствования производимой продукции и действующей технологии производства, создание принципиально новых продуктов и производств);

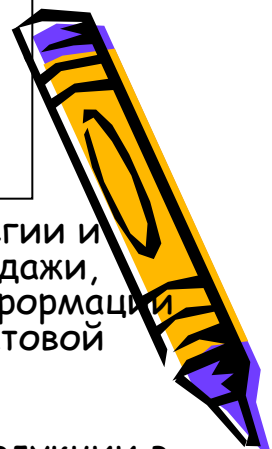
• ценовой политики (установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и наивысшего возможного уровня прибыльности операций);

• кадровой политики и управления персоналом (формирование идеологии и принципов кадровой работы, планирование, привлечение, отбор и высвобождение персонала, организация работ и руководство персоналом, повышение квалификации и подготовка персонала, внедрение системы стимулирования его деятельности, развитие социального партнерства).

• финансовой политики (стратегии), которая состоит из:

• кредитной стратегии (анализ и планирование денежных потоков, выбор стратегии привлечения внешних ресурсов (кредиты, эмиссионная форма привлечения капитала), управление дебиторской и кредиторской задолженностью, разработка учетной и налоговой политики, контроль и управление издержками);

• инвестиционной стратегии (определение общего объема инвестиций корпорации, способов рационального использования накоплений, сочетания различных направлений финансирования, размещение мобилизованных средств);



В соответствии с основными направлениями деятельности и избранной стратегией рекомендуется изменить организационно-управленческую структуру корпорации с учетом следующих принципов:

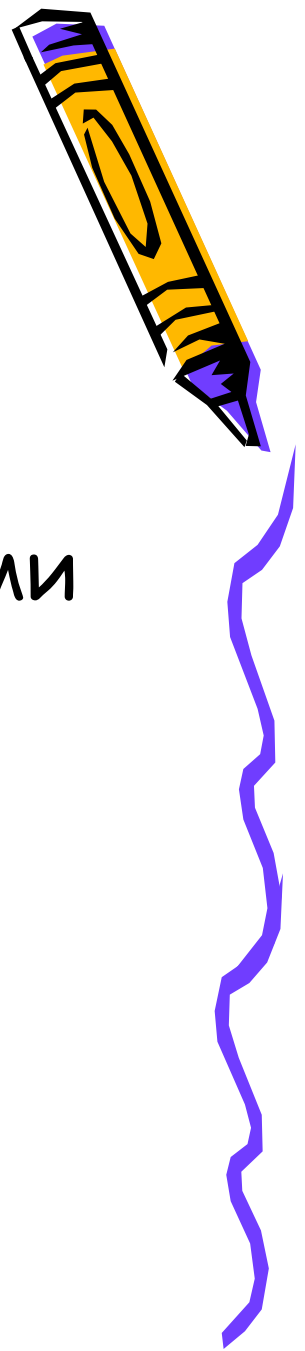


- обеспечение гибкого реагирования на изменения рынка;
- обеспечение оптимального уровня децентрализации управленческих решений;
- организацию и выполнение каждой функции, реализуемой корпорацией, предлагается закрепить за каким-либо его структурным подразделением, причем дублирование выполнения одних и тех же функций указанными подразделениями недопустимо;
- ответственность за организацию и выполнение функции, реализуемой корпорацией, целесообразно персонифицировать.



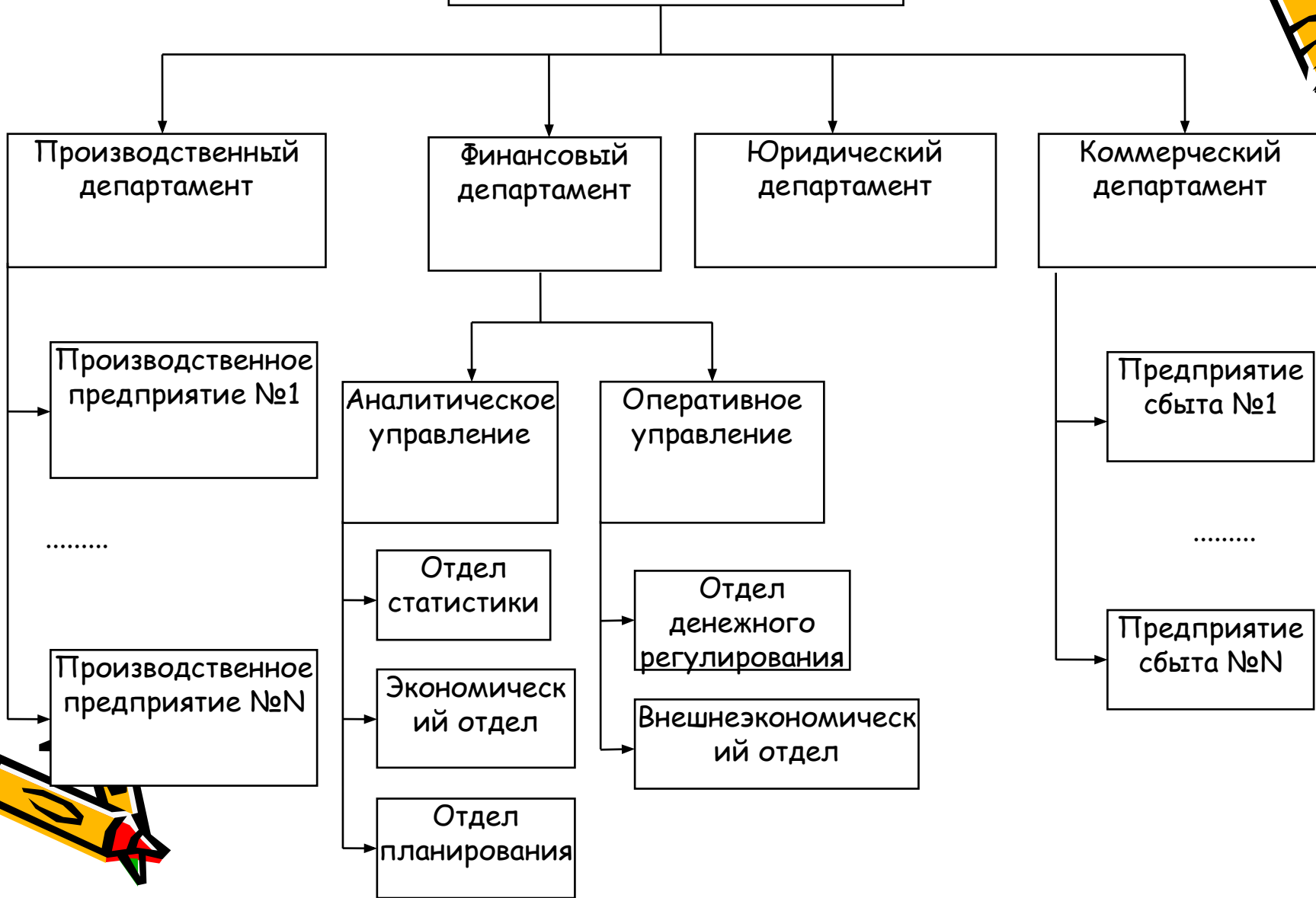
Вопрос 2

- Стратегия управления финансами корпорации

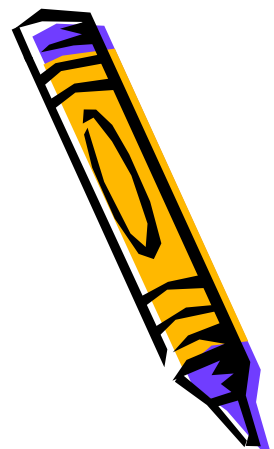


Структура управляющей компании

УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

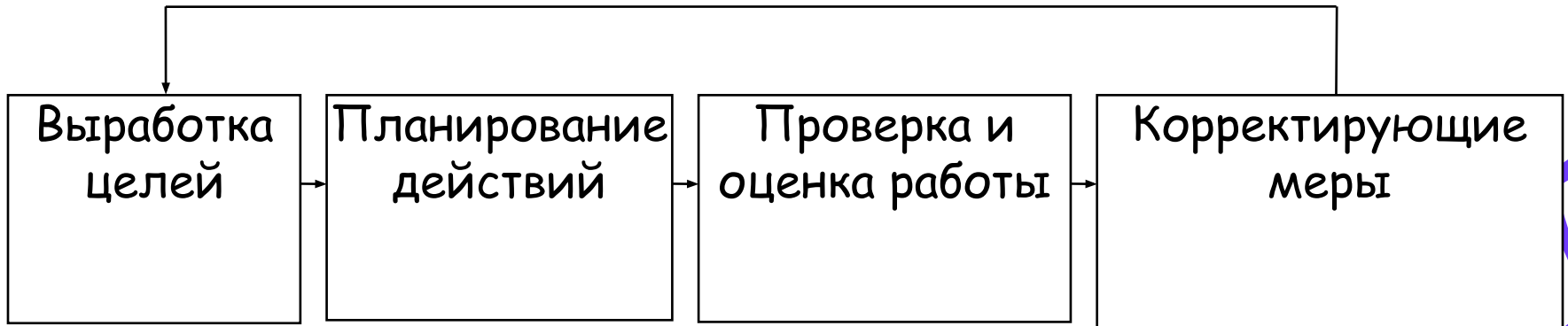


Процесс управления

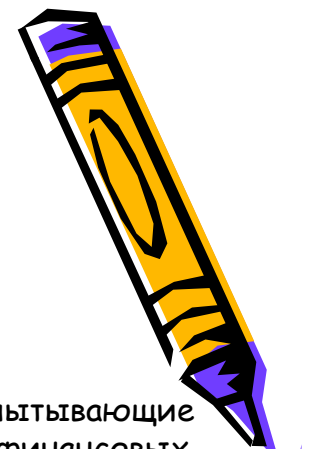


функции

этапы



Система анализа финансового потенциала субъектов финансовой системы:



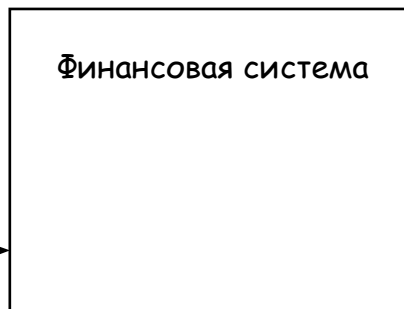
Сектора, имеющие избыток финансовых ресурсов

Перераспределение финансовых ресурсов

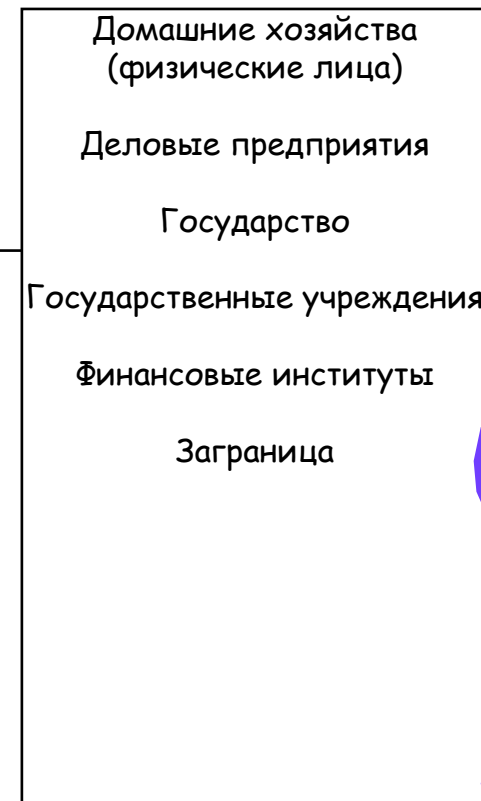
Сектора, испытывающие недостаток финансовых ресурсов



Предложение капитала (спрос на обязательства)

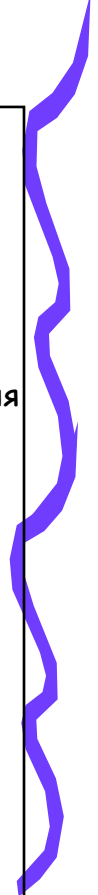
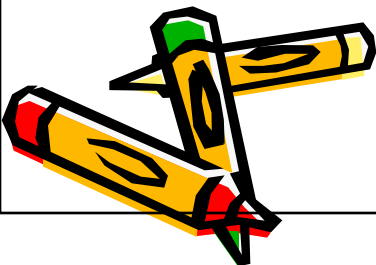


Спрос на капитал (предложение обязательств)



Анализ инвестиционной привлекательности

Анализ кредитоспособности



Финансовая стратегия корпорации

Финансы корпорации

Инвестиционная стратегия

Анализ направлений улучшения кредитоспособности

Оценка объемов инвестиционных ресурсов

Определение вида инвестиционного портфеля

Обобщение инвестиционных альтернатив

Осуществление инвестиций

Кредитная стратегия

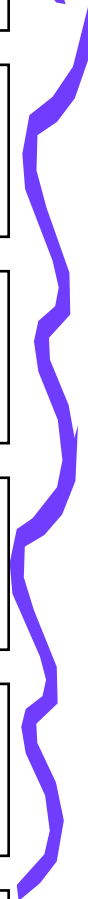
Анализ направлений улучшения инвестиционной привлекательности

Оценка необходимого совокупного объема финансирования

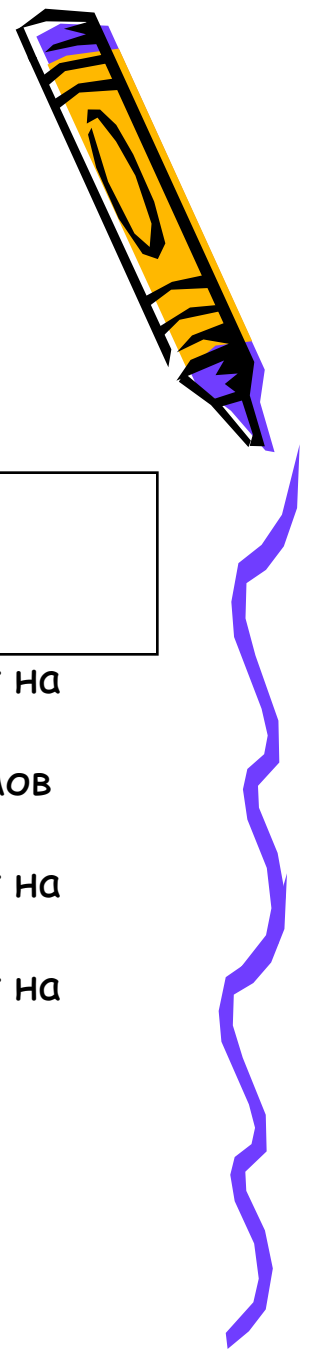
Определение объема собственных финансовых источников

Обобщение кредитных альтернатив финансового рынка

Осуществление заимствований



Финансовые функции подразделений



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ

