Содержание:

Введение…………………………………………………………………….......3-4

1. Общая характеристика акции…………………………………………….... 5-7

2. Методологические особенности учета акционерного капитала и его доходности……………………………………………………………………..….8

2.1.Доходность акции ……………………………………………………...….8 -9

2.2.Стоимостная оценка акций ……………………………………………..10-13

2.3.Факторы изменении доходности акций……………………………… ..14-15

3. Методы расчета капитализации прибыли. ……………………………....16-21

4. Расчет доходности акции на примере ОАО «Альфа»…………………. 22-24

Заключение………………………………………………………………….. 25-26

Список литературы ……………………………………………………………..27

Введение.

Среди организационно-правовых форм предпринимательской деятельности наиболее приспособлены для функционирования в условиях рыночного хозяйства акционерные общества. Они получили наибольшее распространение в мире именно с развитием крупного бизнеса, который трудно, а иногда и невозможно вести на основе только личного капитала предпринимателя.

При создании акционерного общества или при преобразовании предприятия или организации в акционерное общество, при слиянии двух или нескольких акционерных обществ, а также для мобилизации денежных средств при увеличении существующего уставного капитала, выпускаются акции. Акцию можно считать ценной бумагой, фиксирующей право собственности на капитал, своеобразным свидетельством о внесении определенной доли в уставный капитал акционерного общества.

Инвестиции в акции являются разновидностью финансовых инвестиций, т.е. вложением денег в финансовые активы с целью получения дохода – дополнительных денег.

Доходными считаются такие вложения в акции, которые способны обеспечить доход выше среднерыночного.

Получение именно такого дохода и есть цель, которую преследует каждый инвестор, осуществляющий инвестиции на фондовом рынке. Для ее достижения важно правильно оценивать доходность акций, в которые осуществляются инвестиции.

При распределении прибыли в акционерном обществе решается сложная задача нахождения баланса между долгосрочными и краткосрочными интересами акционеров в виде определения размера капитализации прибыли и размера прибыли, направляемой на выплату дивидендов.

Показатель капитализации прибыли является одним из показателей эффективности деятельности акционерного общества, отражающих его рыночную цену. Таким образом, акционер должен быть заинтересован в увеличении капитализации инвестируемой им структуры, так как в случае продажи акций (выхода из участников общества) повышаются размеры дохода, с одной стороны, а с другой — увеличивается размер собственного капитала, что положительно влияет на имидж самого акционера. Выше изложенное определяет актуальность выбранной мной темы.

Объектом данной курсовой работы является акционерное общество.

Предмет - влияние доходности акции на изменение в акционерном капитале.

Цель курсовой работы – раскрыть влияние доходности акции на изменения в акционерном капитале.

Для реализации этой цели поставлены следующие основные задачи:

**-** раскрыть общую характеристику акций;

- рассмотреть методы расчета капитализации прибыли;

- раскрыть Доходность акций, факторы её изменения;

- произвести расчеты доходности акции на примере организации.

1. Общая характеристика акции**.**

Акционерное общество - это организация, созданная по соглашению юридическими лицами и гражданами путем объединения их вкладов, имеющая собственное юридическое лицо. Компаньоны (акционеры) акционерного общества участвуют вкладами в разделенном на акции уставном капитале. Акционеры не несут ответственности за обязательства акционерного общества. Акционеры рискуют только вкладом.

Основной капитал акционерного общества, который образуется за счет эмиссии акций. Является уставным капиталом, так как его размер определяется уставом общества. Акционерный капитал называется еще номинальным и разрешенным капиталом. Акционерный капитал — это собственность компании, представляющая собой стоимость выпущенных ею акций, включая привилегированные и обычные акции, первоначальный капитал акционерного общества. В него входят: уставной капитал; подписной (мобилизованный путем подписки); оплаченный (внесенный в момент подписки). Формально Акционерный капитал является собственностью акционерного общества, то есть разновидностью частной собственности, называемой акционерной, корпоративной собственностью. Учредители, выпуская акции на сумму; значительно превышающую реальную стоимость активов компания, совершают разводнение капитала Превышение составляет учредительскую прибыль, образующую дополнительный капитал фирмы. Дальнейший рост акционерного капитала происходит путем капитализации накопленной прибыли и за счет новой эмиссии акций.

Акция – эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права ее владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов, на участие в управлении акционерным обществом и на часть имущества, остающегося после его ликвидации.

К выпуску акций эмитент прибегает в силу того, что:

- это установленный законом способ формирования уставного капитала;

- акционерное общество не обязано возвращать инвесторам их капитал, вложенный в покупку акций;

- выплата дивидендов не гарантируется;

- размер дивидендов может устанавливаться произвольно, независимо от прибыли.

Инвестора в акциях привлекает следующее:

- право голоса в обмен на вложенные в акции капитал;

- прирост капитала, связанный с возможным ростом цены акций на рынке;

- дополнительные льготы, которые может предоставить акционерное общество своим акционерам. Они принимают форму скидок при приобретении продукции, производимой акционерным обществом, или пользовании услугами;

- право преимущественного приобретения вновь выпущенных акций;

- право на часть имущества акционерного общества, остающегося после его ликвидации и расчетов со всеми иными кредиторами.

Вместе с тем приобретение акций связано с определенным риском.

Держателей (акционеров) можно разделить на:

- физических (частных, индивидуальных)

- коллективных ( институциональных)

- корпоративных

Акции обладают следующими свойствами:

- акция – это титул собственности, т.е. держатель акции является совладельцем акционерного общества с вытекающими из этого правами;

- она не имеют срока существования, т.е. права держателя акции сохраняются до тех пор, пока существует акционерное общество;

- для нее характерна ограниченная ответственность, так как акционер не отвечает по обязательствам акционерного общества.

- для акции характерна неделимость, т.е. совместное владение акцией не связано с делением прав между собственниками, все они выступают как одно лицо;

- акции могут расщепляться и консолидироваться.

Акция – это формальный документ, поэтому согласно определению ценной бумагой она должна иметь обязательные реквизиты.

Акционерные общества вправе выпускать акции двух категорий – обыкновенные и привилегированные

Обыкновенные акции

учредительные акции привилегированные обыкновенные

( дивиденд не платится вообще, но владельцы (и дивиденд и право голоса, и капитал при ликвидации

имеют решающий голос по некоторым вопросам) встречаются редко, в основном в семейных фирмах)

Привилегированные акции

акции участия акции, подлежащие выкупу

(кроме фиксированного дивиденда, дают право (выпускаются с условием выкупа их эмитентом

на получение остатка прибыли после всех выплат) через определенный срок)

кумулятивные конвертируемые

(невыплаченный дивиденд или его части накапливаются (дают возможность обменять их на определенное

с целью последующей единовременной выплаты) количество обыкновенных акций в течении определенного срока).

2.Методологические особенности учета акционерного капитала и его доходности

2.1. Доходность акций.

Доходность акции - отношение прибыли, приходящейся на одну обыкновенную акцию к ее рыночной стоимости.

Доход от акции складывается из двух составляющих:

* Доход, полученный в результате разницы курсов покупки и продажи акции (проще говоря, купил дешевле - продал дороже)
* Доход, полученный в виде дивидендов (дивидендный доход).

Текущая доходность акции показывает, какую выгоду, какую доходность получит акционер, если продадите акцию прямо сейчас, по текущей рыночной цене.

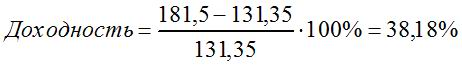
Рассчитывать доходность акций имеет смысл только за какой-то определённый период, поэтому при расчёте доходности нужно определиться с периодом. Для расчёта доходности акции нужно знать начальное и конечное значение (цену) за выбранный период. Доход от акции образуется за счёт разницы цен покупки и продажи. В процентном соотношении к цене покупки этот доход называется доходностью акций.

Кроме дохода от разницы цен покупки и продажи акции инвестор также может получить дополнительный доход, называемый дивидендным (от выплат по дивидендам).

Доходность акций может быть как положительной, так и отрицательной (то есть в этом если акционер получил убыток) или нулевой.

Пример. Покупатель торгует акциями на фондовом рынке через брокера. 1 апреля 2009 года он купил акции Газпрома по цене 131,35 рублей за одну обыкновенную акцию. 17 сентября 2009 года он продал акции по цене 181,5 рублей. Какова доходность его операций? А также вычислим годовую доходность.

Доходность от сделок по акциям Газпрома вычисляется очень просто. В общем виде формула доходности акций такова:

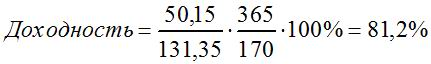


Итак, за указанный период Покупатель в результате операции купли-продажи акций Газпрома получил доходность 38%.

Для того, чтобы рассчитать годовую доходность этой сделки, воспользуемся следующей формулой:



Под сроком здесь подразумевается время, в течение которого покупатель держал акции (в днях).



Покупатель владел акциями в течение 170 дней, а доходность получилась 81,2% годовых. Если период измерения не дни, а месяцы, то подставляем в формулу количество месяцев, заменив в числителе 365 дней на 12 месяцев

2.2. Стоимостная оценка акций.

Вопрос оценки акций тесно связан с ее жизненным циклом, который охватывает выпуск, первичное размещение и обращение акций.

Поэтому первая оценка акций по российскому законодательству в период ее выпуска номинальная. Номинал акции – это то, что указано на ее лицевой стороне, поэтому иногда ее называют лицевой, или нарицательной, стоимостью. Номинальная стоимость всех обыкновенных акций общества должна быть одинаковой и обеспечивать всем держателям акций этого общества равный объем прав.

По ФЗ «Об акционерах общества» уставный капитал общества равен сумме номиналов акций в обращении.

Предприятие, выпустившее акцию с указанием ее номинальной стоимости еще не гарантирует ее реальную ценность. Такую ценность определяет рынок. Однако номинальная стоимость выступает как некоторый ориентир ценности акции, особенно на неразвитом, малоликвидном фондовом рынке. В этом случае номинальная стоимость длительное время является базой для определения последующих стоимостных оценок акции.

Затем стоимостная оценка происходит при их первичном размещении, когда необходимо установить эмиссионную стоимость – это цена акции, по которой ее приобретает первый держатель.

Превышение эмиссионной цены над номинальной стоимостью называется эмиссионной выручкой, или эмиссионным доходом. Он не может быть использован на цели потребления и должен быть присоединен к собственному капиталу акционерного общества. Эмиссионная цена равна рыночной минус вознаграждение посредника.

Следовательно, уже на стадии эмиссии акций, определяя перспективы продажи новых обыкновенных акций и время их выпуска, возникает потребность в рыночной оценке. Потребность в оценке акций особенно необходима при: поглощении и слиянии общества; покупке голосующего пакета; выдаче кредита под обеспечение акций; разделении и выделении общества; ликвидации общества и др.

Рыночная стоимость имущества, включая стоимость акций или иных ценных бумаг общества, является цена, по которой продавец, имеющий полную информацию о стоимости имущества и не обязанный его продавать, согласен был бы продать его, а покупатель, имеющий полную информацию о стоимости имущества и не обязанный его приобрести, согласен был бы приобрести.

Таким образом, на ликвидном эффективном рынке ценных бумаг рыночная цена акции – это стоимость в текущих ценах по сделкам, заключенным в каждый момент времени, не более и не менее.

Рыночная (курсовая) цена – это цена, по которой акция продается и покупается на вторичном рынке.

Котировка предполагает наличие двух цен:

1. Цена спроса – цена бид.
2. Цена предложения – оферта.

Как правило, между ними находится цена реальной продажи акций,

называемая курсовой (рыночной) ценой. Широко известна формула расчета этой цены (Ца): Ца = (дивиденд (руб.) / ссудный %) \* 100%

Цена, по которой совершается первая сделка, называется ценой открытия, а цена, по которой совершается последняя сделка, - ценой закрытия.

В течении дня устанавливается высшая и низшая цена на акцию. Изменение цены является одним из показателей биржевой активности.

Рыночная цена акции в расчете на 100 денежных едениц номинала называется курсом (Ка): Ка = (рыночная цена/ номинальная цена )\* 100%.

При стоимостной оценке акций важную роль играет книжная, или балансовая, стоимость. Ее определяют эксперты как частное от деления стоимости чистых активов компании на количество выпущенных акций, находящихся в обращении. Такая оценка доступна очень узкому кругу инвесторов. Если курсовая цена превышает балансовую, то это является основой для биржевого роста цены. Балансовую стоимость определяют при аудиторских проверках.

Кроме того, выделяют ликвидационную стоимость. Она определяется только для привилегированных акций и устанавливается при эмиссии.

Стоимостная оценка акций тесно связана с показателями, характеризующими качество акций; к таким показателям относятся следующие: 1.) Р/Е = Текущая рын цена / Чистая прибыль на одну акцию

где Р – определяется рынком и постоянно меняется; Е (ЕРS) – прибыль на акцию можно считать показателем , так как он определяется на основе полученной чистой прибыли за прошедший период, хотя можно брать и оценку текущего года или даже следующих лет, если

Е = чистая прибыль / количество размещенных акций

Соотношение Р/Е показывает, какую цену должен заплатить инвестор за единицу прибыль.

2.) D/Р = Дивиденд по обыкновенным акциям / Текущ. рын. цена на обыкновенную акцию

Это показатель характеризует текущую рыночную доходность акций.

3.) D/Е = Дивиденд на одну акцию/Чистая прибыль на одну акцию

Этот показатель называют дивидендным выходом.

4.) Р/N = Тек. рын.цена/Стоимость чистых активов в расчете на 1 акцию

N (NAV) = Чистые активы / кол-во размещенных обыкновенных акций

Чистые активы – это стоимость активов компании за вычетом нематериальных активов, суммы всех долгов и номинальной стоимости привилегированных акций. Показатель P/N показывает цену, которую рынок заплатил за единицу собственного капитала.

5.) Бета-коффициент. Данный коэффициент определяет влияние общей ситуации на рынке в целом на судьбу конкретной ценной бумаги.

Бета-коффициент также принято считать мерой риска инвестиций в данные ценные бумаги.

2.3. Факторы изменении доходности акций.

К основным факторам, влияющим на доходность акций, можно отнести:

- темпов роста курса акции;

- размера выплачиваемых дивидендов;

- темпов инфляции и роста банковского процента;

- размеров налогов с прибыли.

Сбережения некоторых инвесторов направляются в те фондовые ценности, где обеспечиваются максимальные колебания курсовой разницы, определяемые спросом и предложением, но отнюдь не эффективностью производства. Рост или падение прибыльности производства практически не отражается на доходности акции через изменение их курсовой цены. Таким образом, на отечественном рынке достаточно трудно определить доходность по факторам производства, а затем курсовую цену исходя их полученной прибыли и выплаченного дивиденда.

Оценивая влияние инфляции на доходность акций, следует иметь в виду, что прежде всего уровень инфляции влияет на страновую миграцию капитала. Допустим, инвестор согласен получить 15%-ную норму дохода на свои инвестиции. Даже предполагая, что доход им будет использован на цели потребления, приходится констатировать, что при условии, если инфляция в стране составляет, скажем, 5%, рентабельность вложений должна быть не ниже 20%, а при инфляции 100% необходима рентабельность 115%. Кроме того, если речь идёт о реинвестировании прибыли, необходимо вспомнить об инфляции издержек данного производства, которая очень отличается не только по отраслям и регионам, но и по отдельным производствам.

3. Методы расчета капитализации прибыли.

*Капитализация компании это* - превращение прибавочной стоимости в капитал, т. е. использование её на расширение капиталистического производства. Капитализированная прибавочная стоимость образует фонд капиталистического накопления, который, так же как и капитал, распадается на 2 части: на добавочный постоянный капитал, расходуемый на приобретение добавочных средств производства, и на добавочный переменный капитал, расходуемый на покупку добавочной рабочей силы (Большая советская энциклопедия);

*Капитализация компании это* - Определение ценности предприятия по приносимому им годовому доходу (Толковый словарь Ушакова, 1935-1940 г).

*Капитализация* [capitalization] — превращение в капитал будущих доходов; сущность Капитализации, таким образом, в накоплении будущих потоков, их превращении в запас Стоимость машины, напр., — это капитализированная стоимость будущих доходов от машины. Цена земли рассматривается как капитализированная рента, цена облигации определяется стоимостью будущих поступлений и т. д. Следовательно, это та сумма денег, которую мы готовы уплатить сегодня для приобретения права собственности на будущий поток дохода (при некоторой норме временных предпочтений).

*Капитализация дохода* [capitalization of earning power] — распространенный метод оценки стоимости предприятий и фирм.

*Рыночная капитализация компании* — совокупная текущая стоимость ее акций, обращающихся на рынке (рыночная, биржевая стоимость одной акции также называется ее К.) (Словарь Экономики).

*Капитализация* - оценка стоимости предприятия, земельного участка, ценных бумаг и другого имущества, посредством расчета приведенной суммы ожидаемых доходов, взятой за весь период его предполагаемого использования. (Словарь Брокгауза).

Как видно, в этих определениях нет той однозначности, которая позволила бы сразу же перевести само понятие в плоскость практического использования. Под словом «капитализация» подразумевается и процесс превращения чего-то в капитал, и процесс оценки стоимости компании и другого имущества, и экономическая характеристика компании через стоимость ее акций.

Капитализация подразделяется на:

* реальная капитализация;
* маркетинговая или субъективная капитализация;
* рыночная или фиктивная капитализация.

Все перечисленные формы капитализации отражаются в балансе компаний в виде наращивания собственных источников финансирования (раздел 3 баланса), однако имеют различные источники происхождения и различные способы инициирования.

Реальная капитализация.

Эффективно действующее предприятие практически всегда имеет положительный финансовый результат хозяйственной деятельности. Прибыль, точнее ее реинвестированная часть, накапливается в 3 разделе баланса, во многом определяет стоимость предприятия и приводит к увеличению собственного капитала. Высокая капитализация говорит о способности хозяйствующего субъекта генерировать доходы, эффективно использовать ресурсы, расширять бизнес, что, в свою очередь, является условием будущей прибыльности.

Между тем увеличение 3 раздела баланса при прочих равных условиях означает увеличение пассива и, следовательно, обусловливает увеличение актива хозяйствующего субъекта. В зависимости от вида деятельности, стратегии предприятия и сложившихся текущих проблем увеличение затрагивает либо внеоборотные, либо оборотные активы, либо те и другие одновременно. Если в результате финансово-хозяйственной деятельности предприятие реинвестирует прибыль, направляя ее на пополнение внеоборотных активов (прежде всего, средств труда) и оборотных активов (в части предметов труда или запасов), происходит реальная капитализация, выражающаяся в увеличении реальной стоимости имущества. В большинстве случаев предприятия с сильной стратегией инвестируют прирост собственного капитала в активы долгосрочного характера, т.е. в раздел 1 — внеоборотные активы.

В данном случае капитализация представляет собой естественный результат финансово-хозяйственной деятельности, является экономически объективной и инициируется со стороны источников финансирования, т.е. пассива баланса. Реальная капитализация ведет к укреплению финансовой устойчивости компании, повышению ее кредитного рейтинга, росту маркетинговой привлекательности и увеличению ее рыночной стоимости.

Маркетинговая или субъективная капитализация.

На практике процесс накопления на внутрихозяйственном уровне зачастую является результатом активной маркетинговой политики и рекламной кампании, которые «накручивают» рыночную стоимость предприятия, отрывая ее от реальной стоимости. В этом случае увеличение валюты баланса при прочих равных условиях происходит изначально со стороны активов, как правило, нематериальной составляющей баланса, например, за счет следующих операций:

* отражения в балансе стоимостной оценки деловой репутации (гудвилла);
* увеличения рыночной стоимости торговой марки, бренда;
* отражения в учете и соответственно в балансе ноу-хау;
* приобретения прав на результаты интеллектуальной деятельности.

Увеличение имущества предприятия в этом случае при прочих равных условиях может отражаться в балансе в разных вариантах:

- балансироваться в пассиве ростом добавочного капитала;

- относиться на финансовые результаты, увеличивая нераспределенную прибыль;

- увеличивать уставный капитал с соответствующей регистрацией в установленном порядке.

Добавочный капитал, нераспределенная прибыль и уставный капитал, в свою очередь, увеличивают агрегат «собственный капитал». В данном случае капитализация инициируется внутрифирменным менеджментом со стороны активов, прежде всего, нематериальных. Стоимостные оценки в этом случае зачастую носят договорной, следовательно, субъективный характер. Увеличение имущества за счет договорных оценок, даже ценой перерегистрации уставного капитала является в значительной мере субъективной операцией. Операции такого рода позволяют сформировать «представительный» баланс компании, однако, учитывая, что нематериальные активы представляют собой высокорисковые активы, такая капитализация может исчезнуть при малейших изменениях политической ситуации или рыночной конъюнктуры. Увеличение собственного капитала за счет расширения уставного фонда придает операциям такого рода некую стабильность и правовое оформление, однако оно представляет собой экстенсивный путь развития предприятия и не свидетельствует об эффективности использования его потенциала. Такая разновидность капитализации именуется субъективной или маркетинговой капитализацией, поскольку ее природа носит субъективный характер, а используется эта форма капитализации, как правило, в маркетинговых целях.

Субъективная (маркетинговая) капитализация в последнее время является весьма популярной среди PR-агентств, которые исходят из того, что деловая репутация играет ключевую роль в формировании стоимости компании. Такой подход к капитализации обусловил появление проекта «Капитализация репутации», инициатором которого является Агентство «Паблисити PR». В экспертном опросе, проведенном этим PR-агентством, приняли участие 1072 респондента из числа топ-менеджеров, руководителей и сотрудников департаментов маркетинга, рекламы и PR, финансовых аналитиков и других экспертов крупных компаний, более 60% респондентов ответили, что деловая репутация представляет собой реальный актив, создающий стоимость.

В развитии субъективной (маркетинговой) капитализации в России в качестве сдерживающего фактора выступало ранее налогообложение имущества. Правда, «сдерживание» было незначительным, учитывая невысокую ставку налога на имущество. В настоящее время налогом облагаются лишь основные средства, отраженные в балансе по остаточной стоимости. Это означает, что практически любое предприятие может малыми средствами наращивать капитализацию и формировать «представительный» баланс, что, в свою очередь, обусловит активизацию субъективной (маркетинговой) формы капитализации на российском рынке.

Рыночная или фиктивная капитализация.

На развитых стадиях рыночной экономики, где широко распространены акционерная форма собственности, свободное обращение акций и определение рыночной стоимости предприятия через котировки акций, более приемлемо понимание капитализации в трактовке Ричарда Коха. Р. Кох считает, что капитализация — это «рыночная стоимость компании, акции которой котируются на фондовой бирже», представляющая собой произведение рыночной цены акции и общего количества акций компании. Увеличение рыночной стоимости акций и акционерной компании в целом отражается в этом случае в активе баланса в виде переоценки финансовых вложений' и балансируется в пассиве добавочным капиталом.

Данная форма проявления капитализации имеет очевидное сходство с субъективной (маркетинговой) капитализацией. Однако капитализация в этом случае инициируется не внутрифирменным менеджментом, а внешними биржевыми структурами, осуществляющими котировки акций. Результаты биржевых торгов, как известно, складываются под воздействием совокупности объективных и субъективных факторов, но действие субъективных факторов минимизировано общественным признанием.

В академических изданиях капитал, представленный в ценных бумагах, приносящих доход, именуется фиктивным или фондовым капиталом. Поскольку данная форма капитализации складывается в результате фондовых операций, она именуется фиктивной капитализацией. Аналитики фондового рынка предпочитают называть эту форму проявления капитализации рыночной капитализацией.

В России фиктивная или рыночная капитализация в последнее время получала развитие, что обусловлено активизацией фондового рынка. Однако характерна она лишь для крупного российского бизнеса, сформированного на акционерной форме собственности. Большей части отечественных предприятий этот инструмент наращивания собственного капитала, следовательно эта форма капитализации, пока недоступна.

Наряду с перечисленными формами проявления капитализации можно выделить такие понятия, как «капитализация имущества» и «капитализация расходов».

Капитализация имущества проявляется в абсолютном и относительном увеличении имущества капитального характера — внеоборотных активов, представляющих собой наиболее привлекательное обеспечение в любых финансовых трансакциях и наиболее значимую составляющую реального имущества компании. Наиболее перспективной и управляемой частью внеоборотных активов являются нематериальные активы. К ним относятся маркетинговая стратегия, клиентская база, методика мониторинга рынка и результаты маркетинговых исследований, ноу-хау, наличие высокой репутации и квалифицированного персонала, долговременных связей с покупателями и многое другое. Стоимостная оценка нематериальных активов и их отражение в учете — приемлемый инструмент капитализации имущества.

Капитализация расходов означает перевод части текущих расходов в расходы капитального характера. Классическим примером капитализации расходов могут быть расходы на рекламу, которые относятся к текущим затратам, однако в результате таких расходов формируется бренд, стоимость которого может оцениваться в миллиарды долларов. По общему признанию делового сообщества, бренд представляет собой нематериальный актив и одно из важнейших конкурентных преимуществ компании. Однако его стоимостные оценки и тенденции их изменения во времени не вписываются в традиционные правила отражения в учете нематериальных активов. Так, нематериальные активы являются амортизируемыми, т.е. перенос их стоимости на себестоимость вновь созданного продукта/услуги производится по частям путем начисления амортизации. По истечении срока использования нематериального актива его стоимость нуллифицируется. Бренд же может не только не терять свою стоимость во времени, но и наращивать ее. Представляя собой нематериальный актив по всем перечисленным ранее признакам, бренд нуждается в особой процедуре оценки и переоценки. Только в этом случае станет возможной капитализация расходов, в результате чего можно будет увеличивать стоимость внеоборотных активов за счет отражения в их составе бренда.

Следует также отметить, что до настоящего времени недостаточно изучен инструментарий капитализации в различных видах деятельности. Наиболее исследованной в этом плане является капитализация в промышленности. Между тем, в условиях сервисного общества нуждается в дополнительных исследованиях капитализация в различных отраслях сферы услуг.

Исследование практического опыта капитализации, его всесторонний анализ и теоретические обобщения важны для всех участников рынка: для предприятий, формирующих собственный образ на рынке, для их партнеров, для акционеров.

4. Расчет доходности акции на примере ОАО «Альфа».

Как уже раньше писалось рост акционерного капитала происходит путем капитализации накопленной прибыли и за счет новой эмиссии акций.

Пример: ОАО «Альфа» специализируется на горно-добывающей промышленность. Стоимость 1 акции 60 р.

*Рыночная капитализация = рыночная цена акции \* общее количество акции компании.*

Рыночная капитализация акций ОАО «Альфа» с 2000 г. – 2010 г. Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| год | общее количество акций | рыночная стоимость одной акции | Итого |
| 2000 | 500000 | 50 | 25000000 |
| 2001 | 500000 | 55 | 27500000 |
| 2002 | 500000 | 70 | 35000000 |
| 2003 | 1000000 | 75 | 75000000 |
| 2004 | 1000000 | 75 | 75000000 |
| 2005 | 1500000 | 90 | 135000000 |
| 2006 | 2000000 | 110 | 220000000 |
| 2007 | 2000000 | 120 | 240000000 |
| 2008 | 2500000 | 120 | 300000000 |
| 2009 | 2500000 | 100 | 250000000 |
| 2010 | 3000000 | 100 | 300000000 |

Рис.1



В 2007г., по сравнению с 2006г., произошло увеличение добавочного капитала на 20 000 000 руб., это произошло из-за повышения рыночной стоимости акций на 10 р. за 1 акцию. В 2008 году произошло увеличение уставного капитала за счет эмиссии акций.



2 000 000 \* 60 = 120 000 000р. номинальная стоимость всех акций.

Прибыль за 2006г. = 220 000 000 – 120 000 000 = 100 000 000 р.

Прибыль за 2007 г. = 240 000 000 – 120 000 000 = 120 000 000

100 000 000 365

Доходность акции за 2006 г. = 120 000 000 \* 365 \* 100% = 83,3%

120 000 000 365

Доходность акции за 2007г. = 120 000 000 \* 365 \* 100% = 100%

100% - 83,33333333% = 16,66666667%

В 2007 г. Посравнению с 2006 г увеличении стоимости капитала на 20 000 000 р. за счет увеличения доходности акции на 16,66666667%.

Заключение.

Среди организационно-правовых форм предпринимательской деятельности наиболее приспособлены для функционирования в условиях рыночного хозяйства акционерные общества. Они получили наибольшее распространение в мире именно с развитием крупного бизнеса. Акционерное общество - это организация, созданная по соглашению юридическими лицами и гражданами путем объединения их вкладов, имеющая собственное юридическое лицо.

Акционерный капитал — это собственность компании, представляющая собой стоимость выпущенных ею акций, включая привилегированные и обычные акции, первоначальный капитал акционерного общества. Рост акционерного капитала происходит путем капитализации накопленной прибыли и за счет новой эмиссии акций.

Доходность акции - отношение прибыли, приходящейся на одну обыкновенную акцию к ее рыночной стоимости. Доходность акций зависит от:

- темпов роста курса акции;

- размера выплачиваемых дивидендов;

- темпов инфляции и роста банковского процента;

- размеров налогов с прибыли.

Под словом «капитализация» подразумевается и процесс превращения чего-то в капитал, и процесс оценки стоимости компании и другого имущества, и экономическая характеристика компании через стоимость ее акций.

Капитализация подразделяется на:

* реальная капитализация;
* маркетинговая или субъективная капитализация;
* рыночная или фиктивная капитализация.

На примере ОАО «Альфа» был произведен расчет доходности акций, капитализация прибыли. Из проведенного расчета следует, что при повышении рыночной стоимости акций происходит увеличение капитализации компании, при снижении рыночно стоимости акций, - уменьшение собственного капитала.

Список литературы

1. Буренин А. Н. Рынок ценных бумаг и производственных финансовых инструментов. - М., 2000

2. Гальцева Е.В. Капитализация как фактор укрепления финансовой устойчивости предприятий сферы услуг: Дис. канд. эконом, наук. М., 2005. 137 с.

3. Коргашин Ю. А. Рынок ценных бумаг.- Ростов-на-Дону:«Феникс»,2007г.

4. Кох Р. Менеджмент и финансы от А до Я. СПб.: Питер, 1999. 496 с.

5. Маренков Н.Л. Ценные бумаги. - М.: «Феникс», 2003г.

6. Миркин Я.М. "Ценные бумаги и фондовый рынок". Москва, “Перспектива”, 1995г.

7. Серебрякова Л.А. "Мировой опыт регулирования рынка ценных бумаг", Финансы. – 1996г. №1

8. Кандрацков Н.В. "Лекции по курсу рынок ценных бумаг". Москва, МЭСИ, 2000 г.

9. Рынок ценных бумаг / под ред. В. А. Галанова, А. И. Басова. - М.: «Финансы и статистика», 2004г.