

Связи с общественностью как инструмент привлечения инвестиций

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Кашников Сергей Александрович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: kashnikov_sergey@mail.ru

Отношение с инвесторами - одно из направлений связей с общественностью. «Investor relations - распространение информации, которая влияет на понимание акционерами и инвесторами финансового состояния и перспектив компании, а также способствует улучшению отношений между корпорацией и ее акционерами.»[1]

Прежде чем начать взаимодействие с потенциальным инвестором, необходимо составить его портрет. Для того, чтобы инвестировать, необходимо располагать необходимыми для этого средствами. Таким образом, потенциальным инвестором является человек, обладающий необходимыми для инвестирования средствами.

В большинстве случаев, главной целью инвестирования в то или иной проект является получение в дальнейшем прибыли. Поэтому второй основной чертой потенциального инвестора является желание получить выгоду в виде дивидендов.[3]

Существует несколько этапов, по которым выстраиваются отношения с инвесторами. На начальном этапе мы имеем товар, о котором мы в ходе встреч с потенциальными клиентами. В ходе этих встреч мы должны предоставить писание слабых и сильных сторон проекта.

После этого, нам необходимо проанализировать полученную оценку целевой аудитории, скорректировать в соответствии с этим цели и задачи инвестиционного проекта.

В процессе работы необходимо обеспечивать информационную открытость компании для целевой аудитории (инвесторов), встречи с аналитиками, проведение презентаций. В ходе, так называемой текущей работы необходимо распространять информацию по целевым СМИ.

Завершающим этапом Investor Relations является анализ результатов проделанной работы. Нужно выявить, были ли достигнуты поставленные цели, как изменился имидж организации после проведенной кампании. Сделанные выводы должны быть приняты во внимание при осуществлении последующих проектов.[4]

Кроме того, существует ряд факторов, которые влияют на принятие решение об инвестировании. Их можно разделить на явные и скрытые.

К явным факторам можно отнести финансовую целесообразность вложений в проект. Убедить инвестора в том, что вложение в проект будет выгодным для него - является первоочередной задачей. При этом следует соблюдать четкую грань объективной оценки, чтобы не вводить потенциального инвестора в заблуждение. Не лишним в момент презентации проекта упомянуть не только про сильные стороны, но и слабые. Инвестор должен иметь возможность составить наиболее полную и точную картину о предстоящем сотрудничестве с компанией во избежание конфликтных ситуаций.

Скрытой, но от этого не менее значимой, является престиж и статус, который инвестор может получить от совершения сделки. Многие полагаются на мнение некоего признанного авторитета, вслед за которым его окружение может поддержать проект. Лишь тот проект, который удовлетворяет всем вышеперечисленным требованиям, может заинтересовать инвестора.[2]

Основными задачами отдела Investor Relations является:

1. Анализ отношений между компанией и ее стейк-холдерами, в число которых входят акционеры, эксперты, представители государства, общественность.
2. Разработка коммуникационной стратегии в соответствии с целями и задачами компании.
3. Создание финансовой отчетности перед акционерами в виде обращений, презентаций, докладов, публикаций.
4. Взаимодействие с представителями целевых СМИ, организация мероприятий. [2]

Таким образом, мы показали, что основные инструменты и правила ведения коммуникационной кампании, используемые в деятельности PR, с успехом и пользой могут применяться при привлечении инвесторов и выстраивания отношений с ними.

Источники и литература

- 1) 1. Гусев К.А. PR в экономике. Курс лекций. Спб.: Питер, 2004. - 227 с.
- 2) 2. Катлип М. Скотт, Сентер Х. Аллен, Брум М. Глен. Паблик рилейшенз. Теория и практика. 8-е изд. : Пер. с англ. : Уч. пос. — М. : Издательский дом Вильямс, 2003. — 624 с. : ил. — Парал. тит. англ.
- 3) 3. https://www.dp.ru/a/2016/08/16/kak_privlech_vnimanie_inv/ (новости экономики и финансов)
- 4) 4. http://pr-news.su/publicat/n1/1_6.htm (PR-портал)