

## **Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»**

### **Обеспечение прозрачности компании при первичном размещении акций на бирже**

*Ахмедьярова Эльвина Вениаминовна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский  
факультет, Москва, Россия*

*E-mail: ahelvina@mail.ru*

В связи с тем, что в России в последние годы активно развиваются финансовые и торговые рынки, улучшаются нормативно-правовая база и структура фондового рынка, растет и количество частных и институциональных инвесторов. Конечно, уровень деловой активности в нашей стране не сопоставим с уровнем активности в большинстве стран Европы и США, однако изменения есть. И если раньше считалось, что привлечь инвестиции можно только на мировых биржах, то сейчас такая возможность появилась и в России.

Все компании, рассчитывающие привлечь инвестиции, сталкиваются с необходимостью грамотной работы специалистов по связям с инвесторами. Эта необходимость возникает уже на этапе подготовки к первичному размещению акций на бирже.

При первичном размещении акций на бирже (Initial Public Offering, далее - IPO) особенно важна работа специалистов в сфере связей с инвесторами. Ведь IPO – это не просто процесс привлечения денег. Он сопровождается раскрытием информации о компании согласно общепринятым стандартам. Причем нужно помнить, что если компания что-то сделает неверно и не сможет завоевать доверие инвесторов, курс акций упадет и компания потеряет деньги. Впоследствии восстановить доверие бывает крайне сложно.

При подготовке к IPO основной задачей, помимо подготовки пакета необходимых документов, становится донесение всей необходимой информации до сообщества инвесторов с целью повышения уровня известности компании, а также доверия к ней. Зачастую этот процесс занимает много сил и времени, поэтому нужно правильно устанавливать сроки начала работы с потенциальными инвесторами и грамотно выбирать каналы коммуникации на различных этапах работы.

В первую очередь, в период IPO важно повысить информационную открытость компании, грамотно и качественно предоставив инвесторам ту информацию, которая будет им интересна и может повлиять на их решение о покупке акций компании. Необходимо оказывать информационную поддержку: составлять официальные отчеты, рассылать пресс-релизы, а также проводить презентации для инвесторов. Помимо этого, отдел по связям с инвесторами должен работать с аналитиками инвестиционных банков, готовить независимые аналитические исследования, проводить опросы среди инвесторов. Важна и грамотная работа со СМИ.

В нашей стране вопрос о том, как должен работать отдел по работе с инвесторами, разработан слабо: практически нет русскоязычной литературы, которая была бы написана с учетом российских реалий и на основе опыта отечественных компаний. Основные принципы работы заимствованы нами у западных коллег. Однако постепенно ситуация меняется: появляется все больше статей и исследований на эту тему. В своей работе я делаю попытку систематизировать знания о том, какие этапы работы специалистов по

связям с инвесторами в период IPO выделяют исследователи, а также описать основные инструменты.

### **Литература**

1. Баклыкова И., Рынок IR в России только начинает формироваться // РЦБ №17 (296), 2005
2. Баркоро Кабреро Х.Д. Связи с общественностью в мире финансов. Ключ к успеху, М.: Дело 1997
3. Буянова О. Кому и зачем нужны IR-агентства // Сbonds Review, №3, 2007
4. Дубовицкая Е., Власова С., Говорим на языке инвесторов // Управление компанией, №7 (62), 2007
5. Коул М. Бенджамин. Новые подходы к отношениям с инвесторами, М.: Альпина Бизнес Букс, 2007
6. Матовников М., Презентация квартальных и годовых результатов: Анализ лучшей практики // Сайт журнала «Финансовый директор»
7. Михайлов С. Что такое investor relations? // PR-news. 2000. № 1 (сентябрь)
8. Организация отношений с инвесторами: российская и зарубежная практика. М.: Альпина Паблишерз, 2010. 230 с.
9. Приказ ФСФР РФ «Об утверждении положения о раскрытии информации эмитентами ценных эмиссионных бумаг» от 10.10.2006 № 07-102/пз-н // Консультант Плюс: версия Проф.
10. Ричард Хиггинс. Отношения с инвесторами: передовой опыт. Пути создания акционерной стоимости, М.: Альпина Паблишер, 2005. 224 с.
11. Сайт Федеральной службы по финансовым рынкам, раздел «Законодательство», <http://www.fcsm.ru/ru/legislation/documents/projects/>
12. Сыровыйский С. Внешние коммуникации на финансовом рынке // ПР-диалог. 1998. № 2 (март)