

2. *Найджел, Дж.Х.* Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента / Дж.Х. Найджел. — М., 2008.

3. *Гестеланд, Р.Р.* Кросс-культурное поведение в бизнесе. Маркетинговые исследования, ведение переговоров, менеджмент в различных культурах / Р.Р. Гестеланд. — М., 2003.

А.В. Ненадовец
БГЭУ (Минск)

IR (СВЯЗИ С ИНВЕТОРАМИ) В БЕЛАРУСИ

Тема IR является актуальной в связи с планами белорусского правительства по проведению приватизации государственных предприятий. По мнению российских экспертов, белорусские предприятия недооценены на 15—25 %.

Причинами недооценки являются:

- информационная закрытость белорусских предприятий;
- несоответствие финансовой отчетности международным стандартам;
- пренебрежение межкультурными особенностями коммуникации.

Суть проблем заключается в отсутствии эффективно построенной IR-коммуникации.

IR или связи с инвесторами — сфера деятельности организации, находящаяся на пересечении финансов, коммуникационной политики, маркетинга и права, имеющая целью построение максимально эффективной двусторонней коммуникации между компанией, инвестиционным сообществом и другими группами интересов, влияющими или потенциально способными оказывать влияние на оценку рыночной стоимости компании.

Этапы работы IR-службы:

- 1) разработка сообщений для инвесторов;
- 2) размещение данных на IR-сайте;
- 3) мониторинг новостей по отрасли и конкурентах отчетов аналитиков и торговой активности;
- 4) понимание торговой активности на рынках. Анализ восприятия компании [1].

Согласно определению Департамента труда США, IR рассматривается как сфера деятельности PR. Действительно, первыми профессионально заниматься IR-специальностью стали PR-специалисты. Несмотря на то что PR-специалисты первыми пришли в IR, путать деятельность IR- и PR-департаментов нельзя, поскольку эти службы выполняют разные функции.

Отличительными чертами этих видов деятельности являются следующие:

1) аудитория, с которой работают IR-специалисты, состоит из инвесторов и аналитиков, а PR-специалисты работают с журналистами;

2) метод IR — прямое убеждение, PR — влияние через мнение третьих лиц;

3) принцип работы IR — адресная коммуникация, PR — массовая коммуникация;

4) фокус IR — институциональные инвесторы, PR — розничные инвесторы;

5) инструмент IR — встречи, конференции, звонки, раскрытие информации, IR-сайт; PR — отношения с прессой, интервью, пресс-конференции;

6) юридические ограничения для IR — существенные, для PR — возможно обходить.

На основании вышесказанного нами были сделаны следующие выводы:

- IR-деятельность мало известна в Беларуси;
- IR-деятельность необходима для Беларуси;
- IR-деятельность существенно отличается от PR-деятельности.

Литература

1. Журнал «Рынок ценных бумаг». — 2007. — № 22 (349). — С. 42—47.

О. Осипович
БГЭУ (Минск)

НЕПРЯМАЯ РЕКЛАМА (BTL) КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Маркетинговые коммуникации являются одним из основных элементов комплекса маркетинга. В последние годы на рекламном рынке стали разграничивать такие направления развития маркетинговых коммуникаций, как ATL (прямая реклама) и BTL (непрямая реклама). По сравнению с прямой рекламой непрямая реклама более интерактивна, что позволяет установить непосредственный контакт с потребителями. Важность рассмотрения темы заключается в изучении непрямого рекламы как способа, обеспечивающего более эффективную взаимосвязь с покупателями и другими участниками рыночной деятельности, а также успешное формирование спроса и стимулирование сбыта.

BTL (Below the line action) — мероприятие, направленное на стимулирование сбыта продукции, которое прямо воздействует на потребите-