

*М.В. Лапицкая, науч. сотрудник
ГНУ «НИЭИ Минэкономики» (Минск)*

ТЕХНОЛОГИИ INVESTOR RELATIONS В ФОРМИРОВАНИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ КОМПАНИЙ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ

В Беларуси есть хороший потенциал для инвестирования. Но это достаточно сложная процедура, над которой необходимо работать и государству, и предприятиям. Investor Relations (IR) — это вид стратегической деятельности компании, включающей вопросы раскрытия информации, финансовой политики и предоставления существующим и потенциальным инвесторам сведений о текущем положении дел в компании и об ее перспективах. Настроенный процесс IR дает компаниям возможность позиционировать себя как привлекательные объекты для инвестиций и повышать оценку активов. Организация эффективной работы по формированию отношений с инвесторами существенно увеличивает стоимость компании. Сфера IR лежит на стыке деятельности инвестиционных банков, консалтинговых компаний, PR-агентств и СМИ.

В условиях формирования посткризисной экономики технологии IR, направленные на формирование доверия к компании или бренду и обеспечение привлекательности акций для индивидуальных и институциональных инвесторов и финансовых аналитиков, ведут к сохранению или повышению ценности акций компании, сокращению стоимости инвестиционного капитала.

Хорошо налаженный процесс взаимодействия с инвесторами помогает повысить степень доступности информации о компании, возможность позиционировать компанию как привлекательный объект для инвестиций на внутреннем и международном рынках, повысить оценку активов.

Целевой аудиторией IR в сфере привлечения инвестиций являются институциональные инвесторы, аналитики инвестиционных компаний, частные инвесторы, брокеры и инвестиционные банки, рейтинговые агентства, финансовая пресса.

Задачу IR службы можно определить как содействие в своевременном получении инвестиционным сообществом информации с целью формирования имиджа компании в качестве перспективного и высокодоходного объекта для финансовых вложений.

Основными инструментами во взаимодействии с инвесторами являются: разработка IR программы; налаживание и поддержание взаимоотношений с инвесторами; организация участия в специализированных конференциях и форумах; проведение исследования восприятия инвесторами компании, организация встреч с инвесторами и аналитиками; E-mail рассылки новостных релизов и информации, способной повлиять на инвестиционный имидж компании; предоставление информации посредством Investor page на базе интернет-сайта.

Основные критерии оценки эффективности реализации IR программы: расширение географической принадлежности новых инвесторов, рост доли долгосрочных инвесторов, увеличение количества анализирующих деятельность инвест-компаний, качество взаимодействия с инвесторами, рост стоимости компании.

Потребность в IR-специалистах в Беларуси связана с заинтересованностью властей в повышении инвестиционной привлекательности национальных компаний и выработке профессиональных подходов к привлечению иностранных инвесторов. Первый белорусский IR-форум посвящен финансовым коммуникациям и построениям отношений с инвесторами, учитывающими специфику белорусской экономики, особенности создания и функционирования IR-подразделений в белорусских компаниях.

*С.С. Лемеш, канд. экон. наук
БГЭУ(Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Усиление конкуренции, изменение потребительского поведения, постоянный рост цен на основные ресурсы и другие подобные факторы вынуждают частные компании в развитых странах все больше внимания уделять выработке новых концепций управления внутренней бизнес-средой, в том числе затратами.

Особое значение в системе управления затратами на краткосрочную перспективу имеет контроллинг. Применение контроллинга позволяет объективно оценивать экономическую ситуацию и эффективно применять основные принципы, заложенные в систему управления затратами конкретной организации. В свою очередь наиболее простой и понятной системой управления затратами в контроллинге является директ-костинг, или система усеченной себестоимости. По некоторым данным, директ-костинг по всему миру используют от 30 до 50 % крупных компаний.

В этой системе себестоимость продукции учитывается и планируется только в части переменных затрат. Постоянные расходы собираются на отдельном счете, а затем списываются непосредственно на финансовый результат организации (простой директ-костинг). При развитом директ-костинге в себестоимость конкретной продукции включаются не только переменные, но и часть постоянных затрат.

Главное внимание в директ-костинге уделяется изучению поведения затрат ресурсов в зависимости от изменения объемов производства, что позволяет гибко и оперативно принимать решения по нормализации финансового состояния организации.

Система директ-костинг позволяет определять истинную себестоимость продукции, предотвращает ее искажение. В Республике Беларусь

320

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□.
□□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□
□□□□□□□□□. □□□□□□□□.