

**РИСКИ И ПРЕИМУЩЕСТВА
ПУБЛИЧНОСТИ ДЛЯ ЭМИТЕНТА:
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ**

Ярослав Хобта,
президент Коммуникационной Группы PRT

Украинские IPO-встречи
Киев, 26марта 2008 г.

Опрос “Эффективные бизнес-коммуникации”

Цель: оценка мнения отдельных бизнес ЦА по актуальным вопросам.

Условия анкетирования: анонимность и конфиденциальность.

Начиная с 2004 г. было проведено 21 исследование открытого и закрытого типов.

Февраль-апрель 2008г. опрос

Отношение менеджмента украинских компаний к IPO.

ЦА: топ-менеджмент около 50 украинских компаний.

ИССЛЕДУЕМЫЕ ОТРАСЛИ:

- **Строительство**
- **Финансовый сектор**
- **Аграрное производство**
- **Металлургия**
- **Энергетика**

Окончательные результаты исследования ожидаются в апреле-2008 г. PRT их озвучит в текущем режиме для СМИ и выложит на свой сайт

www.prt.com.ua

Некоторые предварительные РЕЗУЛЬТАТЫ

Имеют общее представление об IPO и следят за этой информацией в текущем режиме

84%

Целенаправленно и углубленно изучают рынок IPO потенциально применительно к своим компаниям

36%

Имели контакты с теми или иными консультантами по данной теме

18%

Уже имеют полное представление о комплексе мероприятий, которые необходимо осуществить для выхода на IPO их компании

15%

Считают, что процесс выхода на IPO их компании будет тяжелым и дискомфортным для их лично

78%

Считают, что на данный момент их компания не готова к IPO

60%

Считают, что уровень их открытости на данный момент:

- достаточен для IPO
- недостаточен
- низкий

18%

54%

28%

Высокий спрос формирует «мода» на IPO в Украине.

Но заявлять о своем интересе в IPO
и войти в реальный процесс подготовки к IPO – разные вещи.

Мировой финансовый кризис

не влияет на понижение интереса украинских эмитентов к IPO.

Кризис даже удобен (кредит времени). Кроме того, он сдвинет прогнозируемый бум украинских IPO ближе к Евро-2012, что может придать рынку дополнительную динамику.

**В Украине уже есть достаточное количество эмитентов,
осуществивших успешные IPO.**

Для других компаний это мощный стимул, работающий в т.ч. на ментальном уровне.

**При уже приличной информированности украинского рынка о IPO,
готовность компаний к выходу на IPO - низкий.**

Менеджеры с опаской смотрят на перспективы IPO,
видя не столько корпоративные преимущества, сколько риски личного характера.

**Подавляющее большинство менеджеров признаются, что их компании имеют
слабый уровень публичности для соответствия мировым стандартам.**

Украинские компании зачастую недооценивают важность публичной работы с основными ЦА,
что выливается в непредвиденные затраты «в процессе».

Перед выбором в пользу IPO, надо **ОСОЗНАТЬ**

Компания может стать публичной только раз и навсегда.

Слово стает таким же важным, как и дело, а порой – даже важнее.

**Мало изменить систему управления,
перейти на МСФО, выбрать консультантов, запустить сайт и т.п. –
надо изменить философию ведения и развития бизнеса.**

Следует безотлагательно пересмотреть мотивацию менеджмента.

**Надо утвердить качественно новый бюджет расходов,
включив их в себестоимость производимого товара/услуг.**

**Надо не пытаться, а быть в мировой экономике.
Знать и чувствовать ее ежедневно.**

**Собственникам и топам придется изменить
свой привычный формат существования.**

Ротация топ-менеджмента после IPO.

Недооценка собственниками бизнеса мотивационных факторов своих топ-менеджеров.

Фальстарт.

Качественный PR – бурная реакция рынка – неготовность компании к оперативному реагированию на запросы – приостановка.

Завышенная самооценка.

Отмена принятых решений после встреч с консультантами.

Бизнес или личные отношения?

Необъективная предварительная оценка капитализации и рисков по личным связям.
Опасность излишней ориентации на опыт других компаний.

Цель – публичность, IPO – инструмент.

Реорганизация компании под публичный режим функционирования, независимо от IPO.

РИСКИ публичности для украинского эмитента

«Скелеты в шкафу».

Акционерные отношения: соответствие. Конфликтны и кризисы в прошлом и будущем.

Не готовность, а переход на публичный режим работы.

Не информировать «о себе для них», а «общаться с ними (ЦА)».

Адекватность в кризисных ситуациях.

Реагирование на запросы рынка, особенно в условиях возникновения заготовленных и случайных кризисов.

Несанкционированная утечка информации.

Инсайдеры. Конкуренты. Менеджмент. Компания должна налаживать со СМИ открытые отношения на профессиональной основе.

«Дьявол кроется в мелочах».

Публичная компания вынуждена иметь до мелочей продуманную, технологически совершенную внешнюю и внутреннюю систему коммуникаций. Латать пробоину намного дороже, чем не допустить ее профилактическими методами.

Контракция с «незнайками».

Удобно лично – не значит выгодно. Хороший продукт дешевым не бывает.

Существенное увеличение расходов на комплекс «ненужных» продуктов

Необходимость владеть объективной информацией о рынке, трендах, внешних индикаторах и т.д. Инвесторов не интересует технология производства, их интересует динамика роста вашего бизнеса и их прибыль.

ПРЕИМУЩЕСТВА публичности для украинского эмитента

Доступ к «дешевым» ресурсам стабильных экономик.

Выход на мировой финансовый рынок.

Новые горизонты и перспективы развития бизнеса.

Увеличение уровня устойчивости бизнеса по бизнес-показателям.

Увеличение уровня политической безопасности бизнеса.

Лояльность национальных властей.

Репутация «по жизни».

Определенность завтрашнего дня.

Типичные коммуникационные **ОШИБКИ** украинских эмитентов

«Это не главное. Решим как-то потом...».

Принцип не или/или, а и/и.

«Не сейчас. Общественное мнение подождет».

Завтра будет дороже, а, может, и не будет никогда. Пиарщики не фокусники.

«Хороший пиарщик – много прессы. Плохой – мало».

Говорить всегда надо достаточно. Но иногда лучше молчать.

Особенности “тихого периода”.

«PR ограничивается СМИ»

на мировом рынке уже очерчены investor relations, shareholder relations, financial relations, government relations, supplier relations, blogger relations и др.

Знает ли это украинский эмитент?

«Публичность – только временное неудобство».

Публичность стает неотъемлемой частью и философией бизнеса.

- PRT начала свою деятельность в 2000 г. в Киеве. География активного присутствия - Украина, Европейский Союз, Российская Федерация и другие страны СНГ.
- В нашем портфеле более 260 успешно реализованных проектов в таких отраслях как металлургия, машиностроение, авиация, телекоммуникации, финансовые услуги, транспорт, недвижимость, FMCG, а также ряд международных социально-образовательных и культурных проектов.

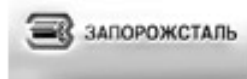
Услуги PRT

- **Корпоративные коммуникации**
- **Media Relations**
- **Репутационный PR**
- **Маркетинговый PR**
- **Внутрикорпорат. коммуникации**
- **Government Relations (GR)**
- **Финансовый PR**
- **Investor Relations (IR)**
- **Антикризисный PR**
- **PR-консалтинг**

**PRT - автор и организатор
Рейтинга Резонансных Событий Украины,
других известных общественных проектов.**

**PRT партнер *FINANCIAL DYNAMICS* –
мирового лидера в сфере финансовых
коммуникаций. По версии PR-WEEK за 2006г.
FD возглавила список самых мощных
компаний в вышеуказанной сфере.**

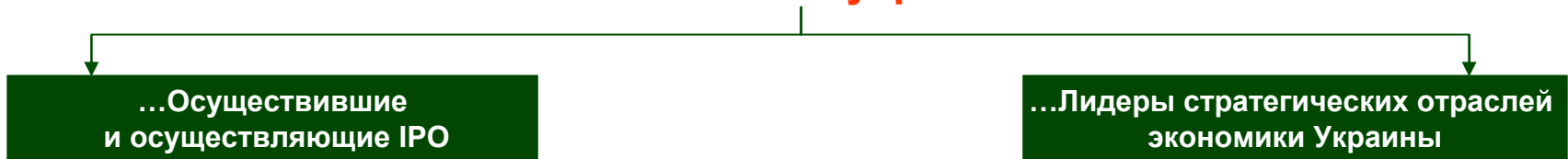
КЛИЕНТЫ PRT



ИПО – Индекс Публичной Открытости ведущих украинских компаний

Цель ИПО – квартальный анализ и оценка уровня публичной открытости и управления публичной репутацией украинских компаний, так или иначе представляющих Украину на мировом рынке и влияющих на развитие национальной экономики в целом.

Возможные объекты ИПО – украинские компании...



Экспертный Совет



Проект:

- ИНДИКАТОР соответствия публичности украинских компаний мировым стандартам
- СТИМУЛЯТОР для формирования в Украине открытого экономического общества
- ФАКТОР оценки реального уровня инвестиционной привлекательности Украины

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

КОММУНИКАЦИОННАЯ ГРУППА PRT

Адрес: 03190, г.Киев, ул. Щербакова, 4А
т/ф 8 (044) 422-24-15, 422-12-85

E-mail: company@prt.com.ua