

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»

«Понятие «Investor Relations»

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Соловьева Анна Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: anndsol@yandex.ru

На сегодняшний день привлечение финансовых ресурсов в крупные компании, проекты невозможно без выстраивания отношений с группами владельцев этих ресурсов - инвесторами, эффективное взаимодействие с которыми является необходимым условием повышения привлекательности как отдельных предприятий, так и целых отраслей национальных экономик. Инвестиции играют важнейшую роль в поддержании и наращивании экономического потенциала страны. В современных условиях развития экономики, для решения задач подъема региональной экономики на долгосрочную перспективу, обеспечения экономического роста необходим комплексный подход к проблеме привлечения инвестиционных ресурсов и активизации инвестиционной деятельности хозяйствующих субъектов.

Привлечение инвестиций в любую отдельно взятую организацию - стратегическая задача, и решается она с помощью стратегического управления. В свою очередь, стратегический менеджмент немислим без применения методов маркетинга. Стоит подчеркнуть, что существует широкий комплекс инструментов, технологий, присущих именно маркетингу, ориентированных на решение специфических маркетинговых проблем, имеющих место в привлечении инвестиций в организацию. К таким инструментам, в частности, относятся связи с инвесторами.

Во многих развитых странах: США, Германия, Канада, Австралия и др. концепция управления отношениями с клиентами реализуется в инвестиционной сфере и называется Investor Relations. Практики организации таких отношений с инвесторами в крупных зарубежных компаниях стали активно развиваться примерно 30 лет назад в связи с ростом потребности компаний в финансовых ресурсах, требованиями стейкхолдеров сделать более прозрачной информацию. В России данные практики стали актуальны сравнительно недавно, когда отечественные компании начали выходить на открытые рынки капиталов. Исследований практик российских компаний в области отношений с инвесторами в научной литературе пока не так много.

Источники и литература

- 1) Argenti P.A. (2007) Corporate communication. 4th ed. New York: McGraw Hill.
- 2) Grunig L.A., Grunig J.E., Dozier D.M. (2002) Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries. Mahwah, NJ: LEA. Investor relations: A practical guide (2010). London Stock Exchange. Available at: http://www.lseg.com/sites/default/files/content/documents/Investor_relations_a_practical_guide.pdf

- 3) Варвус С. А. Категория Investor Relations (ir) как инструмент обеспечения инвестиционной привлекательности компании. Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2009. № 2.
- 4) Даниленко В.П. Лексико-семантические и грамматические особенности слов-терминов // Исследования по русской терминологии. - М.: Наука, 2011.
- 5) Зимин В. Профессия IR: становление, тенденции развития и перспективы. РЦБ. 2007. № 22.