

الفصل الثالث عشر

مقدمة إلى العلاقات العامة التمويلية

An Introduction to Financial PR

كثير من أفراد العلاقات العامة ليسوا واضحين إزاء العلاقات العامة التمويلية وعلاقات المستثمر ، كما أن هناك القليل من الأدبيات التي يمكن أن تساعد على توضيح دورها وأنشطتها أو تضع بوضوح أهدافها وأغراضها . ليست PR التمويلية خاصة بمنظمات خدمات التمويل مثل المحاسبين أو البنوك . هذه يطلق عليها تسويق الخدمات التمويلية . العلاقات العامة التمويلية هي التي تدير الاتصال بين المنظمة وجمهورها من الممولين وذلك عندما تكون شركة مسجلة في "بورصة الأوراق المالية" . على مثل هذه الشركات أن تعمل طبقاً لقواعد ولوائح "بورصة الأوراق المالية" وأن ترفع تقارير عن أنشطتها وأدائها المالي إلى مستثمريها . يساعد هذه الشركات استشاريون : مسئول التمويل بالشركة الذي يعمل على تطوير العمل باكتشاف طرق تمويل النمو ؛ سمسار خاص يدير عمليات البيع والشراء للأسهم في البورصة ؛ محاسب يراجع حسابات التمويل ؛ محام يتأكد من التطابق مع القوانين التي تحكم الشركات التجارية ؛ واستشاري علاقات عامة تمويلية يساعد على بناء وعي وفهم الجماهير في "المدينة" لأهداف وأنشطة الشركة .

يشار أحياناً إلى PR التمويلية كمرادف لعلاقات المستثمر (IR) . عملنا التمييز بين النظامين يمثل منطقة رمادية حيث يعمل الاثنان جنباً إلى جنب . تشير IR إلى

إدارة العلاقة مع المستثمرين والمستثمرين المحتملين ، وقد تكون من مهام المسار المعين . تهتم العلاقات العامة التمويلية أساساً برفع مستوى الوعي والفهم لدى من يشكلون الرأي العام في بيئة "المدينة" والذين يؤثرون على المستثمرين الحاليين والمرقبين . يشار إلى هؤلاء عادة على أنهم "جماهير الطرف الثالث" .

البيئة العاملة

"المدينة The City سوق مالي يضم أفراداً لديهم أموال وأفراداً في حاجة إلى أموال . في المملكة المتحدة يحدث هذا التبادل في "بورصة الأوراق المالية بلندن" والتي تتكون من سوقين : السوق الرئيسي حيث يتم التداول في معظم الأسهم وسوق الاستثمار البديل ، والذي أنشئ في عام 1995 والذي صمم من أجل الشركات الأصغر وسريعة النمو . يوجد أكثر من 2,500 شركة مسجلة في بورصة الأوراق المالية . تعنن القائمة يومياً في جريدة The Financial Times . تعتبر "بورصة الأوراق المالية بلندن" مسئولة أيضاً عن توفير الخدمات التجارية ولوائح تنظيم السوق .

تسجل الشركات أوراقها المالية في البورصة لعدد من الأسباب : لزيادة رأس المال لكي تستطيع أن تستثمر في عمليات تنميتها ؛ لتمكين المستثمرين الأصليين من التحقق من قيمة استثماراتهم ؛ لتحسين صورة الشركة ؛ لتزويد العاملين بالحوافز . إن هدف السوق المالية أن تعمل كعامل مساعد للنمو ، وسوف يكون من المتوقع أن ترفع الشركة رأس مالها للنمو أكثر من مرة . ومن ثم على الشركة التي في حاجة إلى تشجيع الاستثمار أن توصل جاذبيتها إلى المستثمرين المحتملين ، وتحقق التدعيم للمستثمرين الحاليين ، وهنا يأتي دور PR التمويلية . يوضح الشكل 1-13 كيف يمكن أن توزع أسهم رأس مال الشركة المسجلة في بورصة الأوراق المالية .

جماهير المدينة (سوق الأوراق المالية)

تضم المدينة كل أولئك الأفراد الذين لهم تأثير على من يستثمرون في شركة معينة . فيما يلي الجماهير الأساسية التي تهتم PR التمويلية .

شكل رقم 1-13

أسهم رأس المال المحتملة للشركة المسجلة



المستثمرون من خلال المؤسسات (المساهمون الحاليون ، المرتقبون ، أو السابقون) المستثمرون الرئيسيون في الشركات المسجلة عبارة عن المؤسسات الضخمة مثل شركات التأمين . عندما يضع الأفراد الأموال في صندوق للمعاشات أو وثيقة تأمين ، فإنها حينئذ تستثمر في الشركات المسجلة في البورصة العالية . هذه المؤسسات ذات تأثير قوي على المستثمرين لأنها سوف يكون لها مصلحة لافئة في الشركة المعنية في صورة أسهم تصل نسبتها ما بين 1 إلى 20٪ . ومع ذلك ، سوف تتأثر المؤسسات بطرف ثالث أو معلق مستقل في وسائل الإعلام ، ومن المحليين ، ولذلك تصبح من الجمهور غير المباشر للعلاقات العامة التمويلية .

المحللون

محللو الاستثمار يبحثون ويعلقون على شركات مختارة مسجلة في السوقين (داخل البورصة أو خارج البورصة) . دورهم يتمثل في تزويد المستثمرين الحاليين والمرتقبين ببحوث تحليلية حول الشركات والقطاعات التي تعمل في إطارها . إنهم يقدمون أيضاً التوصيات إذا ما كانت الأسهم في شركة معينة يجب أن تباع ، تشتري ، يحتفظ بها أو تتجنبها . المحللون هم الذين يشكلون الرأي العام الأساسي في "المدينة" . إنها المسئولية الفريدة للعلاقات العامة التمويلية أن تشجع وتدير العلاقة بين الشركة والمحللين الذين يتبعونها . يتجه المحللون إلى تغطية القطاع أو يتخصصون في نوع معين من الشركات (على سبيل المثال الشركات الصغيرة) .

سماسة العملاء المستثمرين

يعمل سماسة الأسهم من أجل الأفراد الذين لهم أموال خاصة يريدون استثمارها . يشترطون ويبيعون الأسهم نيابة عنهم . سوف يقدمون المشورة إلى عملائهم عند طلبها حول ماهية الشركات التي يستثمرون فيها . سوف يتأثر رأي سماسار الأسهم حول الشركة بطبيعة المعلومات المتوفرة ، إما من خلال ما يكتب في الصحافة أو إذا كان من السهل عليه الوصول إلى بحوث المحللين . تستخدم PR التمويلية ، حيث يكون ملائماً ، لإدارة هذه العلاقة .

الأفراد المستثمرون

قد ازدادت أهمية الأفراد بصفتهم الخاصة مع تجارة الإنترنت ، ولها تطبيقات كثيرة للعلاقات العامة التمويلية وعلاقات المستثمر ، التي تناقش في نهاية هذا الفصل .

الصحافة المالية

يشير هذا إلى صحافة المدينة The City ، والتي من أمثلتها The Financial Times (FT) ، الصفحات التجارية في الصحف القومية والمحلية ، والجرائد المالية مثل Investors Chronicle ، وجرائد الاستثمار مثل Growth Company Investor . مجلة FT أوسع المجالات انتشاراً وقراءة في المدينة تشتهر بتعليقاتها المستقلة حول الشركات ذات التأثير على المستثمرين . الصفحات التجارية مهمة أيضاً حيث توفر بعض الأعمدة تعليقات تحليلية مؤثرة ، وخاصة بالنسبة للمستثمر الفرد . على سبيل المثال ، صفحات The Sunday تقرؤها كل الجماهير وتعطي رؤية تحليلية أوسع عن الشركات وتتمتع عادة في نتائج الشركة المقرر إعلانها خلال الأسبوع القادم . تعليقات الجرائد المالية عن الشركات يمكن أن تكون قوية جداً لأنها تقدم أيضاً توصيات للشراء والبيع لقرائها (غالباً المستثمر الفرد) . يمكن للتعليقات والنصائح في الصحافة أن تشجع بقوة التجارة في الأسهم بما يعمل على تحريك أسعار الأسهم . من بين الواجبات الوظيفية للعلاقات العامة التمويلية أن تشجع على التعليقات الإيجابية المتعلقة بمنظمتها .

الصحافة التجارية

بصفة عامة ، ليست مواد النشر التجارية هدفًا للعلاقات العامة التمويلية ، على الرغم من أنها يقرؤها المحللون الذين يتابعون قطاعًا معينًا ، وقد يقرؤها أيضًا المستثمرون .

وسائل إعلام أخرى

الصحافة المكتوبة هي المستهدف الأساسي للعلاقات العامة التمويلية حيث أنها تصل إلى الجماهير المعنية ، وتقدم لهم تعليقات تحليلية . يمكن أن تنتج العلاقات العامة التمويلية أخبارًا إذاعية جيدة - دائمًا لا تفعل ذلك - فقط عندما يكون لمنتجات وأنشطة الشركة تأثير مباشر على المستهلك . يجب أن تستخدم وسائل الإعلام الإذاعية في علاقتها بمن الذي يتم الاتصال به .

خدمات برقية

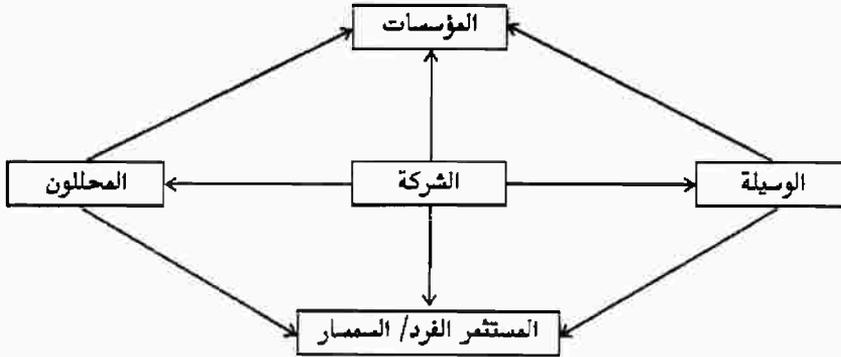
وكالات الأخبار مثل رويترز AFX ، هي الأسرع إذاعة للمعلومات . تصل عناوينها الرئيسية إلى الصحفيين بنفس سرعة حدوث الخبر . فيما يتعلق بأخبار العلاقات العامة التمويلية مثل نتائج أعمال الشركة ، سرعة نقل الأخبار إلى خارج المنظمة من الأمور المحورية لضمان وصولها إلى جدول أعمال الصحافة التمويلية .

خدمات أخبار "الأنترنت"

Citywire ، Hemscott.net ، FT.com أمثلة قليلة لأسماء كثيرة لها الآن تأثير متزايد . أنها يقرؤها المستثمر الفرد ، مدير صناديق التمويل ، المحللون والشركات . تصلها الأخبار مباشرة من Regulator News Service (RNS) والخدمات البرقية . إنها تزود هذه الجماهير بمعلومات السوق حتى آخر دقيقة .

يظهر الشكل 2-13 تدفق المعلومات بين PR التمويلية والجماهير المعنية .

شكل رقم 2-13
تدفق المعلومات



القواعد واللوائح

قواعد "بورصة الأوراق المالية" التي تهتم PR التمويلية هي تلك التي تتعلق ببيت المعلومات وخاصة معلومات حساسية الأسعار . هذه القواعد مدونة في الكتاب الأصفر The Yellow Book للشركات المسجلة في السوق الرئيسية . بالنسبة للشركات التي تتعامل في سوق الاستثمار البديل (AIM) Alternative Investment Market ، فإن القواعد موجودة داخل "قواعد بورصة الأوراق المالية بلندن" . توجد أيضاً سلسلة منشورات AIM تتضمن إرشادات للشركات ، إرشادات للمستثمرين ، وقواعد للشركات . يوجد مبدآن جوهريان بجانب القواعد : توقيت بث المعلومات والمساواة في معاملة كل المساهمين . تلتزم الشركة بإخطار السوق بدون تأخير عن التطورات الجديدة المهمة وأي تغيير في الظروف المالية للشركة أو في توقعات أدائها .

داخل سوق الأوراق المالية يوجد "مكتب إعلانات الشركة" والذي يشغل خدمة برقية عندما تعرض المعلومات هنا ، تعتبر من حق الجمهور ، ويمكن بثها فيما بعد . يوجد جدل كثير حول حقيقة عدالة هذا النظام . كل جماهير "المدينة" يمكنهم الوصول السهل إلى RNS ولكن المستثمر الفرد الصغير لا يستطيع . مع ذلك توفر "الإنترنت" هذه التسهيلات للمستثمر الصغير كما هو الحال في "المدينة" بما في ذلك إعلانات RNS .

أهداف PR التمويلية

الهدف الأساسي من PR التمويلية يتمثل في ضمان أن سعر سهم الشركة يعكس بصدق قيمتها والمساعدة على السيولة في أسهمها . إنها تفعل هذا من خلال خلق الوعي والفهم عن الشركة في "المدينة" وتحقيق أهدافها تشجيع اهتمام وتعليقات الطرف الثالث الإيجابية .

توجد PR التمويلية فقط من أجل الشركات المسجلة في سوق الأسهم . وهنا نجد كما يرى بعض الخبراء :

« سوف تخفض PR التمويلية الجيدة تكاليف زيادة رأس مال الشركة . إذا رغبت إحدى الشركات في الحصول على الأموال من خلال السوق ، وكان معدل سهمها منخفضاً ، فقد لا تستطيع زيادة رأس المال المطلوب بشروط مقبولة . قد يرجع انخفاض معدل أسهمها لأنها لم تخطط مستقبلها بكفاءة لكي تفهمها "المدينة" وتوافق على استراتيجية أعمالها » .

تحتاج الشركة أيضاً أن تتمتع بسيولة في أسهمها ، بمعنى ، أسهم كافية لكي تخلق سوقاً تجارية . لا يُقبل المستثمرون على أسهم لا يمكن تحويلها بسهولة إلى سيولة بحيث يكون من الصعب استرداد أموالهم في مرحلة لاحقة .

توصيل ماذا بالضبط؟

تحكم "المدينة" على الشركة من خلال أداؤها المالي ونموها المرتقب . يمكن PR التمويلية المساعدة في توصيل هذا عن طريق زيادة الوعي بأنشطة الشركة واستراتيجيتها التجارية .

يتضمن الاتصال أيضاً إدارة توقعات "المدينة" عن الشركة . على سبيل المثال ، عندما تتوقع "المدينة" 20٪ نمواً في أرباح الشركة ، وتسجل الشركة 5٪ فقط نمواً ، فإن النتيجة تكون محبطة . قد يؤدي الإحباط إلى أن يبيع المستثمرون أسهمهم ويثبط همة المستثمرين الآخرين من الشراء ، ومن ثم تنحدر أسعار الأسهم إلى أسفل .

دراسة حالة (1) : شركة Richmond Foods

شركة Richmond Foods شركة مساهمة محدودة تعمل في مجال صناعة الحلوى المجمدة . تعرض الشركة مبيعاتها تحت اسم تجاري خاص "للأيس كريم" وقطع الحلوى المجمدة في محلات "السوبر ماركت" 80% ، والأكشاك ومحلات السوق العابر السريع 20% . تحقق الشركة أرباحها أثناء موسم الصيف . تنتهي السنة المالية تاريخياً في 31 ديسمبر ، ولكن الشركة بعد حالة دمج وتغيير اسمها تقرر إنهاء سنتها المالية في 27 سبتمبر ، لأن هذا التاريخ يتفق مع نهاية موسمها التجاري الرئيسي . كانت المؤشرات تشير إلى أن الشركة سوف تتعرض لخسارة عن السنة الأولى والتي تنتهي في 27 مارس ، لأن هذه الفترة في موسم الشتاء ، بينما كانت فترة السنة المالية سابقاً تنتهي في 30 يونيو ومن ثم كانت تحقق الشركة أرباحاً صغيرة لأنها تتضمن فترة من موسم الصيف التجاري . كان على الشركة أن تحيط مستثمريها و"المدينة" علماً بأن تغيير نهاية السنة المالية سوف يعني وجود خسارة في الفترات . تم عمل هذا ، أولاً ، عن طريق تضمين الفقرة التالية في التقرير السنوي (لاحظ النغمة الرسمية في اللغة ، والتي تعتبر خاصة جداً للعلاقات العامة التمويلية) .

لقد أشرت في تقريرنا السنوي للنتائج المحتملة للربع الرابع من عام 1998 كسنة ميلادية والذي يشكل الآن الربع الأول من سنتنا المالية الجديدة . لقد كان من المتوقع أن هذا الربع سوف يسجل خسارة أقل من 1.5 مليون جنيه إسترليني . يسرنا أن أخطركم بأن الخسارة كانت 1.35 مليون جنيه إسترليني ، وهذا يعني أنه خلافاً للبنود المتوقعة المشار إليها في التقرير السنوي ، فإن نتائج العام الميلادي 1998 سوف تحقق ربحاً يصل إلى 0.3 مليون إسترليني .

جعلت PR التمويلية الأمور واضحة أمام المستثمر و "المدينة" ماذا سوف تكون عليه الأرباح في السنة القادمة ، وهذا بعرض نتائج الربع الأول من السنة المالية الجديدة . ولذلك عندما أعلنت نتائج الفترة ، فإن "المدينة" تكون قد توقعت خسارة النصف الأول بالفعل .

شكل رقم 3-18

شركة Carbo المساهمة المحدودة
 "أجندة" جدول التوقيتات المالية لعام 1999

ديسمبر	نوفمبر	أكتوبر	سبتمبر	أغسطس	يوليو	يونيه	مايو	إبريل	مارس	فبراير	يناير	المصافة العالية
			نتائج الفترة		نهاية نصف العام	الاجتماع السنوي العام	التقرير/ والحسابات والفتحة	الإعلان التمهيدي			انتهاء السنة المالية	المصافة العالية / المساهمون
			توزيع النتائج عقد الاجتماعات			تقرير الاجتماع السنوي العام الموزع	التقرير/ والحسابات الموزعة	توزيع النتائج / عقد الاجتماعات				المصافات والهبات
			توزيع النتائج			تقرير الاجتماع السنوي العام الموزع	الاجتماعات والزيارات	توزيع النتائج				المصافة العالية
												المصافة الأخرى
اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماع PR	اجتماعات

تستغل نشاط الشركة طوال العام

متى يتم الاتصال ؟

كل الشركات المسجلة لديها ما يعرف بالأجندة المالية (شكل 13-3) يتكون من النتائج التمهيدية ، نتائج الفترات والاجتماع العام السنوي . هذه هي التوقيعات التي تلتزم بها الشركة المسجلة قانونياً لتكشف عن أداؤها المالي . توفر هذه المعلومات دعامة قوية تبنى عليها علاقات قوية مع الجماهير المالية .

النتائج التمهيدية ونتائج الفترات

عندما تسجل الشركة المسجلة أرقام سنة كاملة ، فإنه يشار إليها على أنها نتائج تمهيدية . ولكن بعد أن تراجع الأرقام الكاملة للسنة المالية ويعتمدها مجلس الإدارة ، يجب على الشركة إعلانها دون تأخير إلى السوق المالية . كما أن التقرير المالي يجب أن يصل إلى المساهمين في موعد لا يزيد عن ستة أشهر من تاريخ انتهاء السنة المالية . تقارير نصف العام تقارير صغيرة ويجب أن تصل إلى المساهمين بحد أقصى أربعة أشهر من تاريخ انتهاء الفترة .

تبلغ بورصة الأوراق المالية عن طريق RNS بالإعلان الأول عن الأرقام (سواء تمهيدية أو فترات) . تعقد الاجتماعات في ذلك اليوم مع المستثمرين الكبار ، وخاصة المنظمات والهيئات ، وأيضاً المحللين والصحافة . يحضر هذه الاجتماعات أعضاء مجلس إدارة الشركة للتحدث مع الأطراف المعنية . وتعقد اجتماعات أيضاً مع فريق المبيعات ومعهم السمسار المعين .

تعتبر PR التمويلية مسؤولة عن الإخطار وإدارة جدول أعمال ذلك اليوم ، بما في ذلك تنظيم الاجتماعات مع وسائل الإعلام وممثلي المحللين . سوف يرتب السمسار اجتماعات مع الهيئات والمنظمات . ومن المهم تسجيل النتائج المعلنة في الصحافة من أجل المستثمر الصغير الذي لا تصله التقارير كما هو الحال مع كبار المستثمرين .

تقديم النتائج هو المفتاح إلى خلق التفاهم . يجب أن يحتوي بيان رئيس مجلس الإدارة على كل ما ترغب الشركة في توصيله إلى جماهير "المدينة" . أحد الأدوار الرئيسية للعلاقات العامة التمويلية أن تساعد في كتابة بيان رئيس مجلس الإدارة

وتقديمه مع التركيز على أن الرسائل الجوهرية قد تم تبليغها بفعالية .

الأسئلة المثارة حول البيان المعلن يجب توقعها وإعداد الإجابة عليها مسبقاً لضمان تناسق المعلومات المعطاة .

متابعة للنتائج ، يمكن الحصول على تغذية مرتدة قيمة من المحللين . يوفر هذا معلومات عن كيفية النظر إلى الشركة .

التقرير السنوي

كل الشركات المسجلة ملزمة قانوناً بتقديم تقرير سنوي إلى المساهمين في موعد أقصاه ستة أشهر من تاريخ انتهاء السنة المالية ، وقبل 21 يوماً من اجتماع الجمعية العمومية . يزود التقرير السنوي الشركة بأداة اتصال مهمة وسوف يشير إليه المساهمون ، الصحافة والمحللون خلال العام . إنه أيضاً أداة تسويقية ويمكن استخدامه لتقديم مشروعات أعمالها ليس فقط إلى المستثمرين المحتملين ، ولكن أيضاً إلى العملاء المحتملين . سوف يخلق ظهوره صورة ذهنية آنية عن الشركة .

الاجتماع السنوي العام (الجمعية العمومية)

الاجتماع السنوي العام اجتماع مطلوب قانوناً للمساهمين بعد انتهاء السنة المالية . في اجتماع الجمعية العمومية تجد الشركة الفرصة متاحة لإصدار بياناتها التجارية الحديثة إلى السوق المالية عبر RNS . أظهرت حالة Richmond Food كيف يستخدم هذا لإحداث تأثير جيد في إدارة توقعات "المدينة" .

يختلف الحدث من شركة إلى شركة . يعلق (Hore 1999) في إحدى المجلات

التجارية :

يوفر اجتماع الجمعية العمومية فرصة أمام الشركات لكي تعطي المزيد من المعلومات إلى المساهمين . ليس فقد أخبار الأسعار التجارية الحساسة ، ولكن أيضاً معلومات عن المنتجات والخدمات التي توفرها لكي يكون لدى المساهمين معرفة أعمق عن كيفية استثمار أموالهم .

يختلف مكان انعقاد الاجتماع السنوي أيضاً استناداً إلى موقع المركز الرئيسي للشركة وعدد المساهمين المتوقع حضورهم . إن الشركة التي تنتج سلعة ملائمة وجذابة يمكنها أن تعقد اجتماعها قريباً من المصنع وتعطي المساهمين الفرصة لزيارة الموقع لتحقيق فهم أفضل لأنشطتها .

الاتصال خارج "أجندة" التوقيات المالية

توجد فترة طويلة لا تكون فيها الشركة ملتزمة بالاتصال بمسثمريها . يجب أن تتضمن الأنشطة التي خارج "أجندة" التوقيات زيارات المحللين للموقع لكي يروا العمليات التشغيلية للشركة . يوفر هذا برنامجاً لخلق المزيد من الفهم عن الشركة ويسمح للمحللين بالحصول على شعور أفضل عن كيف تعمل الشركة ، وفرصة أيضاً لمقابلة المديرين تحت مستوى الإدارة العليا . على الشركة أن تمارس دائماً عناية فائقة عندما تستضيف زيارات ومقابلات بحيث لا تكشف عن أية معلومات لا تكون ضمن ما هو داخل في المجال العام بالفعل . توضح حالة شركة Carbo العامة المحدودة في نهاية هذا الفصل برامج الاتصال داخل وخارج "أجندة" التوقيات المالية.

الاتصال أثناء التعاملات

التعويم أو الطرح للاكتتاب العام

يحدث الطرح للاكتتاب العام عندما تتحول شركة خاصة إلى شركة عامة وتصبح مسجلة . تتضمن العملية البحث عن مستثمرين لشراء الأسهم عندما تطرح لأول مرة للتعامل في يوم محدد . في هذا الموقف تعمل العلاقات العامة التمويلية PR وعلاقات المستثمر IR معاً وعن قرب . سوف تعين الشركة الخاصة سمساراً بالاسم وموظف تمويل بالشركة كمسئول عن تقنيات التعويم وأيضاً من أجل تسويق الشركة لعدد كبير من الهيئات والمؤسسات الاستثمارية . إن دور ممارسي PR تدعم دور IR . ينحقق هذا من خلال الحصول على وسيلة إعلامية تقدم عرضاً ملائماً ، ومحلل يعطي ملخصات لافتة .

الاندماجات والتملكات

العولمة أحد الدوافع الأساسية وراء هذا الطوفان الحديث من الاندماجات والتملكات

حيث تستمر القطاعات في التضامن . تتوقع "المدينة" أن معظم الشركات المسجلة سوف تدخل في وقت ما في عملية اندماج أو تملك وتتوقع أن ترى هذا كجزء من استراتيجية نمو الشركة . تساعد العلاقات العامة التمويلية توقعات "المدينة" حول طبيعة وتوقيت الصفقة المحتملة . قد تفعل الشركة هذا بالرجوع إلى استراتيجيتها في أثناء نتائج أعمالها . ومع ذلك ، نجد أن السرية وقواعد "بورصة الأوراق المالية" حول معلومات المساهمين تحد مما يمكن قوله خارج البيانات الرسمية .

قد يتطلب الكثير من الاندماجات أو التملكات جمع بعض الأموال من السوق خلال إصدار أسهم جديدة ، وقد تحتاج أيضاً الإذن من المساهمين القدامى . سوف يعد سمسار الشركة والاستشاريون الآخرون وثيقة عرض قانونية للمساهمين تشتمل على كل تفاصيل الصفقة . سوف ترسل هذه الوثيقة مباشرة إلى المساهمين الذين يطلب منهم التصويت عن طريق الوكالة أو مباشرة أثناء انعقاد جمعية عمومية استثنائية . وفي معظم الحالات يجب أن يتسلم المساهمون الوثيقة المشار إليها قبل 21 يوماً من انعقاد الجمعية الاستثنائية ، حتى يكون لديهم الوقت الكافي لتحليل وتقييم الصفقة .

دور PR التمويلية في هذه التعاملات مزدوج : تشجيع المساهمين على التصويت لصالح الصفقة المحتملة ، ولتشجيع المستثمرين الجدد والحاليين على شراء الأسهم الجديدة المصدرة . يعد ملخص عن وثيقة العرض القانوني للإصدار عبر RNS . سوف تضع "المدينة" آراءها الأولى حول هذه الوثيقة . سوف ترتب الصحافة والمحللون موجز معلوماتهم في يوم الإعلان عن الصفقة . تعقد اجتماعات لعرض الملخصات من أجل خلق فهم أعمق عن الصفقة ، لضمان التعليق الصحيح في الصحافة المالية وردود فعل إيجابية من المحللين .

التقييم

سعر السهم هو المقياس الرئيسي للعلاقات العامة التمويلية . يجب أن يعكس سعر سهم الشركة قدراتها بالكامل . الشركة التي يكون أداؤها المالي جيداً ، يجب أن يكون لها سعر سهم مساوٍ لمثيلاتها أو أفضل منها ويعكس أداء انقطاع ككل .

الموضوعات الحالية التي تواجه PR التمويلية أوروبا

تعمل بورصة الأوراق المالية بلندن الآن لضمان تحقيق روابط أوثق مع أوروبا وتطلع إلى طرق جعل التجارة بين دول الاتحاد الأوروبي أكثر سهولة . تسجل بعض الصحف المالية الأوراق المالية لشركات القمة 300 شركة في صحيفة The Financial Times ، وتسجل صحف أخرى أعداداً أقل ، ليكون من السهل على المستثمرين مراقبة أصحاب الأداء الأفضل والأسوأ .

من المحتمل زيادة قاعدة المستثمر نتيجة الروابط الكبيرة مع أسواق المال الأوروبية ، ومن ثم ، سوف يكون هناك حاجة أكبر للاتصال . سوف يكون التحدي أمام PR التمويلية وعلاقات المستثمر إيجاد وسائل اتصال مع جماهير ضخمة ومتعددة الثقافات . إن IR على المستوى الدولي ، و PR التمويلية ليست جديدة ، إنها شيء مميز يمكن أن يصبح ممارسة سائدة .

شبكة الاتصال العالمية Internet

في الولايات المتحدة التعامل مع الأسهم عن طريق الإنترنت لم يعد جديداً E. Trade ، ولكن في المملكة المتحدة إنه مجرد كيان جديد يقف على أقدامه وتستيقظ قدراته .

أجرت مجلة Investors Chronick مسحاً ، وكان تعليقها

أحد الأسباب الأكثر ضغطاً لكي تصبح مستثمراً عبر "الإنترنت" يتمثل في كمية المعلومات المتاحة بلا مقابل في العرض المقدم . على سبيل المثال ، من الممكن الآن البحث بالكامل عن الشركات من خلال مصادر المعلومات المجانية على الإنترنت . ويستخدم السمسار الإلكتروني للتعامل مع الأسهم التي تريد شراءها .

تقريباً يقدر عدد الشركات التي لها مواقع الآن على شبكة "الإنترنت" 100 شركة كبيرة ، 250 شركة متوسطة بالإضافة إلى عدد من الشركات الصغيرة . لا توفر "الإنترنت" فقط الفرصة أمام الشركات لتزويد جمهورها من المستثمرين بالمعلومات ،

ولكنها تعطيها المزيد من السيطرة على المعلومات المذاعة ، ومن ثم فإنها لا تعتمد فقط على تفسير الطرف الثالث . كثير من المستثمرين الأفراد ليس لديهم وسيلة للوصول إلى RNS ، ولذلك يعتمدون على سمسارهم لتزويدهم بأخبار الأسهم الخاصة بالشركات التي يستثمرون فيها ، أو اكتشاف المعلومات من خلال وسائل الإعلام . ولكن الأخبار حول الشركة الصغيرة التي قد أجرت حالة تملك قد لا تظهر دائماً على صفحات وسائل الإعلام بسبب صغر حجم الصفقة ، ومن ثم فإن المستثمر الفرد سوف لا تكون لديه معلومات عنها . تزود "الإنترنت" الشركات بقناة اتصال من خلالها يستطيع مثل هؤلاء المستثمرين الحصول على المعلومات مباشرة وفي الحال . المزيد من المعلومات حول PR و "الإنترنت" انظر الفصل الثامن عشر .

دراسة حالة (2) : شركة Carbo العامة المحدودة

الخلفية

شركة Carbo اليوم منتج وموزع أوروبي لمواد الكشط (السنفرة) الصناعية ، مع تسهيلات إنتاج في المملكة المتحدة ، إيطاليا ، ألمانيا ، حيث تبيع عالمياً عن طريق شبكة من الموزعين المستقلين مملوكة لها بالكامل .

في عام 1993 كانت Carbo ، شركة متعددة المنافع ملتزمة بنظام الدفع النقدي . كانت تتكون من خمسة أقسام من بينها قسم "السنفرة" الناجح . في ذلك الوقت كانت "المدينة" فيه بعيدة عن الشركات متعددة الأغراض ، ومن ثم كانت Carbo تعاني من التدهور المستمر لمعدل أسهمها ، وإذا عرضتها للبيع لا تجد مشتريين لها . قد طورت الإدارة استراتيجية طويلة الأجل للانتقال بالشركة إلى الأمام بحيث أصبح تركيزها فقط على إنتاج مواد "السنفرة" الكاشطة . قد تطلب إنجاز هذه الاستراتيجية التخلص من الأقسام غير الجوهرية .

في الفترة ما بين 1993 إلى 1999 استغنت الشركة عن تسع وحدات من ممتلكاتها وتمكنت ست شركات صغيرة لإنتاج السنفرة ، وأوقفت استثماراتها في سبع وحدات . جعل هذا التغيير من الضروري وضع برامج قوية في مجال PR التمويلية وأيضاً

علاقات المستثمر لضمان إحاطة مجتمعها من المستثمرين علماً بما حدث من تغيرات وتدعيمها .

البرنامج

حددت Carbo جمهورها المستهدف على أنه المستثمرون وأصحاب التأثير :

• المستثمرون : مديرو صناديق المؤسسات التمويلية والمستثمر الفرد .

• أصحاب التأثير : الصحافة المالية ، المحللون ومساسة العملاء الأفراد .

قبل أن تضع Carbo برنامجها موضع التنفيذ أنشأت رسائلها الأساسية . كان من المهم تحديد الاستراتيجية الجديدة بوضوح والمنطق وراءها ، وذلك من أجل أن تكون الإجراءات التالية عند ممارستها متوقعة .

بادر أعضاء الإدارة العليا لدى Carbo بإجراء اتصالات منتظمة مع مديري صناديق المؤسسات التمويلية ، المحللين ، الصحافة التمويلية خلال الاجتماعات والتقديمات في أثناء نتائجها التمهيدية ونتائج الفترات . بالإضافة إلى هذا كانت أهدافهم خلق فهم أفضل لمنظمتهم الجديدة لدى المحللين ، مساسة العملاء الأفراد والصحافة التمويلية خلال دعوتهم لزيارة مواقع إنتاج الشركة عبر "أوروبا" . في إحدى المناسبات الناجحة أخذت الشركة مستثمري المؤسسات التمويلية إلى موقع الإنتاج في مدينة Milan أكدت الزيارة تعميق فهم المستثمرين لأعمال ما وراء البحار ، ومن ثم زيادة الثقة في مشروعات الشركة .

كانت نتائج مخرجات البرنامج أن توقف معدل تدهور سعر السهم ، وبعد ذلك أخذ في الصعود عندما ظهر المشترون وتم استعادة السيولة إلى الأسهم بالسوق . الآن يقف سعر سهم شركة Carbo على قدم المساواة مع سعر القطاع ، وأيضاً سعر أسهم الشركات المثيلة . البرنامج مستمر .