Biuletyn nr 2 • 14 marca 2017

PMPG POLSKIE MEDIA SA

Businessgate GIEŁDA

FINANSE • INWESTYCJE • UBEZPIECZENIA

Konsolidacja w wielu branżach przyspieszy

Emerytura z funduszami private equity

Multikanałowość i wysoka specjalizacja

Businessgate GIEŁDA

2 Emisja obligacji jako źródło finansowania przedsiębiorstw

4 Stopy zwrotu na przykładzie akcji wchodzących w skład indeksu WIG20 w 2016 roku

5 Konsolidacja w wielu branżach przyspieszy

6 Emerytura z funduszami private equity

7 Multikanałowość i wysoka specjalizacja

8 Wizjonerzy i księgowi w świecie polityki

9 Inwestor też człowiek, czyli relacje inwestorskie po ludzku

PMPG POLSKIE MEDIA SA

Projekt specjalny wydawnictwa PMPG Polskie Media
PMPG Polskie Media, Al. Jerozolimskie 212, 02-486 Warszawa
Wydawca: Rita Schultz, r.schultz@pmpg.pl
Biuro reklamy: Marianna Dąbkowska, tel. 500 112 370, m.dabkowska@pmpg.pl
Klaudia Pytkowska, tel. 500 112 390, k.pytkowska@pmpg.pl
Skład i łamanie: Foxrabbit Designers

Emisja obligacji jako źródło finansowania przedsiębiorstw

Przedsiębiorstwa stające przed decyzją dotyczącą pozyskania kapitału na rozwój działalności, coraz częściej muszą mierzyć się z niełatwym wyborem formy finansowania. Najczęstszym wyjściem jest skorzystanie z kapitałów własnych lub kredytów bankowych. Jednakże zaostrzone regulacje i polityka kredytowa sprawiają, że podmioty gospodarcze z coraz większym trudem spełniają wymagania banków, a nierzadko sam proces uzyskania finansowania trwa zbyt długo.

Problem ten dotyka szczególnie małych i średnich przedsiębiorstw. Alternatywą dla tradycyjnych kredytów bankowych jest rynek kapitałowy i emisje akcji lub obligacji. Szczególnie ta druga opcja staje się od kilku lat coraz bardziej popularna.

Charakter obligacji

Mówiąc wprost, obligacja jest papierem wartościowym, który poświadcza, iż jego nabywca udzielił emitentowi pożyczki na określonych warunkach, a ten zobowiązuje się je spełnić, czyli m.in. wypłacać odsetki w ustalonej wysokości oraz zwrócić kapitał w konkretnym terminie. W przeciwieństwie do akcji, obligacje nie dają prawa do własności przedsiębiorstwa, a obligatariusze nie mają bezpośredniego wpływu na decyzje podejmowane w firmie. W związku z tym, by nie tracić kontroli nad firmą oraz nie rozdrabniać kapitału, właściciele przedsiębiorstw wybierają właśnie to rozwiązanie.

Paweł Opoka
Dyrektor Zarządzający Sprzedażą w Aforti Holding S.A.

Dlaczego warto postawić na obligacje?

Jednymi z kluczowych argumentów przemawiających za emisją obligacji są koszt i warunki pozyskania kapitału. W przypadku tradycyjnego finansowania bank podejmuje decyzje dotyczące oprocentowania, zabezpieczeń oraz dokumentacji niezbędnej do uzyskania kredytu. Po przyznaniu finansowania przedsiębiorstwo musi zwykle spłacać comiesięczne raty kapitałowo-odsetkowe. W przypadku emisji obligacji to emitent ustala ich oprocentowanie i dostosowuje do poziomu, na którym inwestorzy będą skłonni je nabyć. Kolejną zaletą emisji obligacji w stosunku do kredytu jest wysokość obciążeń. Warto pamiętać, iż taki sposób finansowania niesie również pozytywne skutki związane z optymalizacją bilansu.

Emisja obligacji posiada jeszcze jedną przewagę nad tradycyjnym finansowaniem bankowym - marketing i promocję. Przedsiębiorstwo proponując inwestorom nabycie obligacji, oraz terminowo realizując zobowiązania, staje się bardziej rozpoznawalne wśród potencjalnych klientów i inwestorów. Biorąc pod uwagę korzyści płynące z emisji instrumentów dłużnych oraz perspektywy rozwoju rynku obligacji w Polsce, możemy się spodziewać, iż będzie to coraz popularniejsze narzędzie wśród przedsiębiorstw.

BDO

WIZJA | WIEDZA | WARTOŚĆ

BDO W POLSCE

Mamy **5** biur: Warszawa, Poznań, Wrocław, Kraków, Katowice

Zatrudniamy **305** Ekspertów i Specjalistów

Na polskim rynku jesteśmy od **26** lat

BDO NA ŚWIECIE

Mamy **1401** biur w **158** krajach

Zatrudniamy **67 700** Ekspertów i Specjalistów

Na świecie BDO powstało **54** lata temu

BDO to Eksperci specjalizujący się w zakresie:

- Audytu
- Doradztwa podatkowego i prawnego
- Usług księgowych i płacowych
- Doradztwa finansowego i gospodarczego
- Doradztwa IT
- Szkoleń

Stopy zwrotu na przykładzie akcji wchodzących w skład indeksu WIG20 w 2016 roku

Umiejętność zarządzania własnymi pieniędzmi jest podstawowym warunkiem osiągnięcia sukcesu finansowego. Najbardziej efektywnym sposobem zarządzania jest inwestowanie.

Każda decyzja inwestycyjna, zanim zostanie podjęta, poddawana jest ocenie opłacalności oraz ocenie ryzyka, jakie się wiąże z jej realizacją. Tak również jest w przypadku inwestycji dokonywanych na rynku kapitałowym, które polegają głównie na lokowaniu środków pieniężnych w dostępne instrumenty finansowe (akcje, obligacje itd.)

Ryzyko oznacza prawdopodobieństwo nieosiągnięcia zamierzonego wyniku. Podstawową miarą ryzyka jest odchylenie standardowe stopy zwrotu (SD) - obliczenia dla potrzeb tego artykułu dokonano w oparciu o średniomiesięczne stopy zwrotu w 2016 roku. Wynik interpretuje się w następujący sposób: im większe odchylenie standardowe, tym wyższe ryzyko inwestycji.

Do oceny stopy zwrotu osiągniętej z danej inwestycji (akcji) wykorzystane zostały wskaźniki Sharpe'a, Treyora, Jensena. Interpretacje powyższych wskaźników są następujące, im wyższa wartość danego wskaźnika tym lepsza ocena akcji (portfela) pod względem inwestycyjnym. Dodatkowo należy zwrócić uwagę na to, iż ujemne wartości wskaźnika Jensena wskazują, że stopa zwrotu z danej akcji była gorsza niż przeciętna, a dodatnie wartości, że lepsza od przeciętnej.

Indeks WIG20 to podstawowy indeks na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. W jego skład wchodzą akcje spółek o największej kapitalizacji oraz największej płynności. W 2016 roku dokonano jednej zmiany w składzie indeksu (w marcu akcje spółki Synthos SA zastąpione zostały akcjami Lotos SA).

Rynek giełdowy w 2016 roku charakteryzował się dużą zmiennością. Po początkowych silnych wzrostach (wartość indeksu i kapitalizacja) nastąpiło kilkumiesięczne osłabienie. Od września 2016 następuje stały wzrost wartości oraz wyceny akcji spółek wchodzących w skład indeksu WIG20. Inwestycja w akcje większości spółek przyniosła dodatnie stopy zwrotu. Akcje trzech spółek pozwoliły zarobić ich właścicielom powyżej 3% (KGHM SA, LOTOS SA, CCC SA) - na podstawie średniomiesięcznych stóp zwrotu. Rynkowa stopa zwrotu liczona dla całego portfela akcji wchodzących w skład indeksu WIG20 (w oparciu o średniomiesięczne stopy zwrotu) wyniosła 0,51%.

W przypadku powyższych trzech spółek najmniejszym ryzykiem charakteryzowały się akcje Lotosu (SD ok. 7%). Warto w tym miejscu zauważyć, że wyższym ryzykiem niż Lotos SA (SD ok. 10%) charakteryzowało się kilka akcji z indeksu WIG20, natomiast nie przyniosły one podobnych wyników, w niektórych przypadkach przyniosły straty (ENERGA SA, ENEA SA, EUROCASH SA).

Największym ryzykiem inwestycyjnym w 2016 roku charakteryzowały się akcje spółki LPP SA (SD ponad 16% - przy stopie zwrotu na poziomie 0,3%). Natomiast najmniejszym ryzykiem charakteryzowały się akcje spółki Asseco Polska S.A. (SD ok. 4,5%)oraz Cyfrowy Polsat S.A. (SD ok. 4,5%)

Na rynku giełdowym w 2016 roku trzy wskaźniki Sharpe'a, Treynora, Jensena wskazują na te same spółki (PKN Orlen SA, CCC SA Lotos SA), jako na spółki, które uzyskały najlepszą stopą zwrotu.

Wartym podkreślenia jest fakt, że w przypadku akcji części spółek w 2016 roku opłacalna była strategia kupna akcji na początku roku i trzymanie ich przez dłuższy czas, a nie częste zmiany (np. KGHM, Lotos, PKN CCC, Cyfrowy Polsat). W przypadku spółek: ENEA SA, ENERGA SA o wiele bardziej opłacalna była strategia częstych transakcji, co pozwoliłoby uchronić inwestora przed dużymi stratami.

Przy ocenie dokonanych inwestycji nie należy kierować się wyłącznie jednym wybranym wskaźnikiem, lecz wszystkimi dostępnymi w danym momencie, aby zminimalizować ryzyko popełnienia błędu. Większa liczba wskaźników powoduje, że wybór danej inwestycji staje się optymalny pod względem ryzyka, jak również osiągniętej stopy zwrotu.

Tomasz Chapanionek
Makler Papierów Wartościowych

Konsolidacja w wielu branżach przyspieszy

Konkurencja w wielu branżach zaostrza się, co odbija się na rentowności spółek. W takiej sytuacji zarządzający firmami często decydują się na przejęcia konkurentów z branży, ponieważ to najszybszy sposób na zwiększenie skali działania, przejęcie udziałów rynkowych i poprawienie wskaźników finansowych.

W Polsce procesy konsolidacyjne zachodzą w niemal każdej branży, która cierpi na zbytnie rozdrobnienie. Przykładem może być choćby branża mięsna czy mleczarska. Ale są też sektory gospodarki, w których ruchy konsolidacyjne wzmogły się ze względu na ich strategiczne znaczenie dla państwa. W ramach tzw. repolonizacji sektora bankowego przejęto już Raiffeisen Leasing, część BPH i bank Pekao. Możliwa jest też repolonizacja tej części sektora energetycznego, która pozostaje poza kontrolą państwa. Ponadto znowu zaczyna się mówić o ewentualnej fuzji gigantów paliwowych Orlenu i Lotosu. To sprawia, że w ostatnich miesiącach państwo jest najaktywniejszym pod względem skali konsolidacji graczem na rynku.

Jeśli zaś chodzi o aktywność prywatnego kapitału to można oczekiwać dalszej konsolidacji rynku deweloperskiego. W Polsce w porównaniu do standardów zachodnich jest on wciąż mocno rozdrobniony: najwięksi polscy deweloperzy mogą się pochwalić udziałami rynkowi na poziomie kilku procent, podczas gdy udziały rynkowe graczy europejskich są dwucyfrowe. Spodziewam się też przyspieszenia konsolidacji w sektorach IT i finansowym. Niemalejącym zainteresowaniem, zwłaszcza inwestorów private equity, cieszą się także spółki internetowe i wydaje się, że w obszarze e-commerce może dojść do kilku transakcji, potwierdzających atrakcyjność tego rynku.

Stagnacja w zakresie fuzji i przejąć może natomiast dotknąć tych branż, które w dużym stopniu zależne są od regulacji. Zalicza się do nich np. branża medyczna. Jednak w jej przypadku paradoksalnie możemy obserwować konsolidację podmiotów, których kondycja podupadła w wyniku wprowadzenia nowych przepisów. Dla nich łączenie sił z innymi podmiotami jest jedynym sposobem na przetrwanie.

Tatiana Piechota
partner w Upper Finance

Emerytura z funduszami private equity

Polski system emerytalny zbudowany jest z dwóch filarów: repartycyjnego i kapitałowego. W przypadku tego drugiego kluczowe znaczenie ma ocena ryzyka rynków finansowych i przełożenie sytuacji na GPW na stan oszczędności.

Krzysztof Konopiński
współzarządzający funduszem MCI.CreditVentures

To oznacza, że część kapitałowa przyszłej emerytury uzależniona jest od stanu koniunktury w momencie, w którym zaczynamy z niej korzystać. Indeksy giełdowe na całym świecie poddawane są wahaniom, co automatycznie w naszym przypadku przekłada się na stan portfeli OFE, lokujących kapitał przyszłych emerytów, obecnie, niemal wyłącznie na rynku akcji.

Dlatego przyszłością w zakresie produktów oszczędzania emerytalnego będą takie rozwiązania, które pozwolą uodpornić się wartości zgromadzonych środków na wahania wycen akcji. To także lepsza dywersyfikacja kapitału i uniezależnienie się od tylko 1-2 instrumentów finansowych. Rozwiązaniem, które osiąga dobre stopy zwrotu niezależnie od nastrojów giełdowych i z powodzeniem mogłoby stać się częścią strategii inwestycyjnych polskich OFE, są fundusze private equity. Podobnie jak OFE, mają długi horyzont inwestycyjny, a ich strategią jest koncentracja na długoterminowym budowaniu wartości. Zacisze rynku prywatnego sprzyja koncentrowaniu się managerów na realizacji długoterminowych strategii wzrostu przy aktywnym zaangażowaniu ze strony funduszy private equity, w przeciwieństwie do rynku publicznego, który rozlicza managerów z kwartalnych wyników spółek.

Na świecie to rozwiązanie jest już stosowane od wielu lat, m.in. w USA. Badania 153 amerykańskich funduszy emerytalnych wykazują, że przeciętny amerykański fundusz emerytalny inwestuje 5-10% aktywów w fundusze typu private equity. Inwestycje te przynoszą średnio 12,3% rocznie w ciągu 10 lat, oznacza to, że 1 zainwestowany dolar po 10 latach przynosi 3,2 dolara. W Polsce uwzględnianie funduszy private equity w systemie oszczędzania emerytalnego byłoby nowością, na której skorzystałaby zarówno gospodarka, jak i przyszli emeryci.

Multikanałowość i wysoka specjalizacja

Co najmniej 20-proc. wzrost poziomu EBITDA, budowa i integracja technologii oraz rozwój kompetencji w zakresie omnichannel, to jedne z priorytetów, jakie ogłosiła w nowej Strategii Korporacyjnej, obejmującej lata 2017–2019. Spółka przedstawiła również wizję swojego biznesu do 2021 r.

Nowa wizja spółki zakłada, że SARE będzie wiodącą polską Grupą w obszarze wsparcia procesów sprzedaży marketingiem internetowym, skutecznie wdrażającą innowacyjne rozwiązania technologiczne. Strategia zakłada szereg działań, mających na celu poprawę efektywności działania Grupy oraz zapewnienie swoim klientom narzędzi wspierających sprzedaż, które będą jednocześnie atrakcyjne kosztowo oraz dostosowane do ich potrzeb. - *Niezmiennie, nadrzędnym celem będzie dla nas przede wszystkim satysfakcja naszych klientów - zarówno obecnych, jak i przyszłych. Specjalnie dla nich, zostały przygotowane innowacyjne narzędzia, które będą pomocne przede wszystkim w zwiększeniu sprzedaży w modelu omnichannel, ale także i wśród standardowych rozwiązań abonamentowych. Będziemy budować wartość spółki oraz zapewniać ponadprzeciętne zwroty z zainwestowanego kapitału dla akcjonariuszy. Zamierzamy stać się wysoko wyspecjalizowaną w technologii internetowej, multiusługową i innowacyjną Grupą* - mówi Dariusz Piekarski, prezes zarządu SARE S.A.

Strategia SARE S.A. to efekt wzrostu skali działalności Grupy. Jednocześnie jest ona odpowiedzią na narastającą konkurencję w branży nowych technologii komunikacyjnych i marketingowych. - *Dynamiczny wzrost skali działalności Grupy SARE wymagał zmiany modelu biznesowego, uwzględniającego zwiększenie stopnia integracji Grupy i uzyskania efektu synergii oraz co kluczowe, zidentyfikowania najbardziej perspektywicznych obszarów i opracowania strategii ich dalszego rozwoju. Stawiamy sobie ambitne, ale naszym zdaniem w pełni osiągalne cele* - komentuje Krzysztof Zawadzki, członek zarządu SARE S.A.

Grupa SARE stawia na badania i rozwój własnej technologii oraz zwiększenie kompetencji w zakresie omnichannel, prowadząc jednocześnie działania w zakresie fuzji i przejęć. Realizacja powyższych celów, doprowadzić ma do uzyskania wiodącej pozycji w branży marketingu internetowego w Polsce. - *Zdajemy sobie sprawę z tego, że rozwój organiczny nie jest wystarczający, aby zapewnić odpowiedni poziom wzrostu. Rynek na którym działamy jest wyjątkowo dynamiczny. Chcemy być beneficjentem jego rozwoju. Dobre wyniki Grupy SARE dają przestrzeń do realizacji rozwoju przez przejęcia podmiotów działających w branży* - komentuje Dariusz Piekarski, prezes zarządu SARE S.A.

Strategia Grupy SARE S.A. zakłada możliwość dokonywania przejęć podmiotów działających w najbardziej perspektywicznych obszarach. Dotyczy to w szczególności firm działających w obszarze video marketingu czy tworzących rozwiązania mobilne. - *To segmenty o najwyższej dynamice wzrostu, jednocześnie są doskonałym uzupełnieniem dla pozostałych linii biznesowych Grupy SARE. Przewagą Grupy SARE jest, i nadal będzie, kompleksowa oferta. Klient w jednym miejscu otrzymuje pełne doradztwo i wsparcie sprzedaży. Zaprzęgnięcie wszystkich nowoczesnych narzędzi do wsparcia sprzedaży pod jednym parasolem daje ponadprzeciętne rezultaty. To podstawowa wartość dodana rozwiązań dostarczanych przez SARE. To także nasza ważna przewaga konkurencyjna. Zaskakująco mało podmiotów jest w stanie dostarczyć tak kompleksowy zestaw narzędzi i uwalniać istniejące synergie* - komentuje Dariusz Piekarski, prezes zarządu SARE S.A. - *Każda złotówka zainwestowana w nasze narzędzia, przekłada się na konkretny wymierny wzrost sprzedaży u klienta. Nasze hasła „SARE. Way to sell" i „SARE. Czysty zysk" używane przez nas w identyfikacji wizualnej są w pełni uzasadnione.*

Nowa strategia Grupy SARE – informacje kluczowe dla rynku kapitałowego

Nowa strategia Grupy SARE kładzie duży nacisk na wartość dla akcjonariuszy. Wyraża się to w celach finansowych zarządu obejmujących wzrost wartości Grupy SARE mierzony kapitalizacją rynkową. - *Za główny cel stawiamy sobie dalszy wzrost kapitalizacji rynkowej SARE S.A. i tym samym wzrost wartości dla akcjonariuszy. Paliwem do tego wzrostu będzie stała poprawa wskaźników finansowych Grupy SARE, stanowiących fundament do wzrostu jej wyceny* - mówi Krzysztof Zawadzki, członek zarządu SARE S.A. - *Zakładamy, że realizacja strategii przełoży się na dynamiczny wzrost wyników Grupy SARE. W naszej ocenie, realne jest aby w okresie realizacji strategii EBITDA rosła r/r nie mniej niż o 20%.*

Nowa strategia Grupy SARE przynosi także zmianę w zakresie polityki dywidendowej. Zasada polityki dywidendowej w SARE S.A., w zakresie wypłaty dywidendy, jest realizowanie wypłat stosownie do wielkości wypracowanego zysku netto i możliwości Spółki - dodaje Przemysław Marcol, członek zarządu SARE S.A.

Dariusz Piekarski
prezes zarządu SARE S.A.

Felieton

Wizjonerzy i księgowi w świecie polityki

Sukcesu w biznesie nie można zagwarantować. Zgodnie z teorią ekonomii, im wyższa oczekiwana stopa zwrotu, czyli zysk lub korzyści, które chcemy uzyskać, tym wyższe ryzyko musimy ponieść. Przy czym ryzyko oznacza utratę odsetek lub nawet stratę części, a nawet całości zainwestowanych środków.

Jeśli ktoś obiecuje nam wysokie zyski, to powinniśmy od razu szukać odpowiedzi na pytanie ile możemy stracić? Dlatego działalnością gospodarczą zajmuje się grupa osób akceptująca życie o wyższym stopniu niepewności. Prowadzenie działalności gospodarczej oznacza podążanie ścieżką w kierunku wyższych oczekiwanych zysków, co jak już wiemy oznacza również wyższe ryzyko. Każdy przedsiębiorca też wie, że droga ta jest nierówna i wyboista.

W sektorze prywatnym sprawa jest prosta, właściciel sam najczęściej jest prezesem lub wybiera na to stanowisko osobę, który mu odpowiada. Może to być ktoś o naturze księgowego albo wizjonera. Księgowi pytają jaką mamy gwarancję, a wizjonerzy mówią: zagwarantować nie mogę, ale wierzę, że się uda.

W przypadku wysokich urzędników państwowych sprawa nie jest już taka prosta, ponieważ dysponują oni środkami publicznymi. Dlatego z dużą ciekawością obserwuję jak rządzący, którzy chcą finansowo wspierać innowacyjne przedsiębiorstwa nie radzą sobie z mówieniem o ryzyku. Tak naprawdę nic o nim nie mówią. Słyszymy dużo o tym ile możemy skorzystać, a zupełnie pomija się milczeniem fakt, że również możemy stracić. Tak jakby ryzyko w przypadku wysokich urzędników państwowych nie istniało. Mało tego, zachęcają do ekspansji zagranicznej, co często oznacza kolejne podniesienie poprzeczki ryzyka. Doświadczenie funduszy typu venture capital czy private equity, jednoznaczne wskazuje, że znaczna część start-upów upada, a większość projektów nie odnosi sukcesu. Dla nich jest to chleb powszedni, ale czy takie podejście są w stanie zaakceptować urzędnicy, którzy są szczególnie poddawani analizie pod względem dbania o powierzone im środki publiczne? Oznacza to przecież, że takiemu urzędnikowi można postawić zarzut, że naraził powierzone mu środki na ponadprzeciętne ryzyko lub zostały one bezpowrotnie stracone.

Zastanawiam się, czy politycy-księgowi są w stanie zaakceptować te straty bez kierowania spraw do prokuratury oskarżając innych o niegospodarność? Nie możemy przecież zmienić zasad ekonomii tylko dlatego, że kierujemy państwem, a nie przedsiębiorstwem prywatnym. Jeśli chcemy być bardziej innowacyjni, tworzyć bardziej nowoczesne produkty, to musimy zaakceptować ryzyko i nauczyć się z nim żyć. Rośnie bowiem prawdopodobieństwo porażki i utraty części lub całości zainwestowanych środków, w tym środków publicznych. Zarządzający państwem stawiając na innowacje poprzez ich finansowanie, ponoszą wyższe niż przeciętne ryzyko utraty części zainwestowanych środków. Do tego, niemal na pewno niektóre projekty nie przyniosą żadnych pozytywnych rezultatów.

Powinniśmy zatem powiedzieć sobie wprost, że jeśli chcemy wejść na ścieżkę szybkiego rozwoju to również decydujemy się na ścieżkę wyższego ryzyka, gdzie znaczniej częściej niż dotychczas ponosić będziemy straty, a nagroda w postaci wyższego wzrostu gospodarczego nie jest pewna.

Adam Ruciński,
Prezes Zarządu firmy doradczej BTFG Advisory

Inwestor też człowiek, czyli relacje inwestorskie po ludzku

Prasa branżowa coraz częściej porusza temat komunikacji human to human jako nowej jakości, która ma zastąpić marketing B2B oraz B2C. Relacje inwestorskie niestety pozostają w tyle.

Adam Sanocki
Partner Zarządzający Attention Marketing, Prezes Attention Marketing Institute

W większości polskich firm inwestor postrzegany jest trochę gorzej niż klient - w przeciwieństwie do kupującego już przekazał swoje pieniądze, a jeśli biznes będzie się rozwijał, najprawdopodobniej ich nie wycofa. Tym samym dbanie o niego polega na potwierdzeniu od czasu do czasu, że firma przynosi zyski.

Relacje z inwestorami sprowadzane są do publikowania w internecie tabel z danymi liczbowymi oraz kilku słów komentarza od prezesa, który potwierdza, że faktycznie wszystko jest w porządku. Nawet, jeśli nie jest w porządku, a firma ledwo utrzymuje się na powierzchni.

Jaki jest cel istnienia?

Marketerzy już jakiś czas temu zauważyli, że doświadczenie zakupowe jest coraz istotniejsze w budowaniu długotrwałych relacji z klientami - badania Walkera wskazują, ze do 2020 roku będzie to najważniejszy czynnik wyboru, ważniejszy nawet niż cena czy jakość kupowanego produktu[1].

Dlatego specjaliści od relacji inwestorskich powinni zadać sobie pytanie - jakie doświadczenia zakupowe jesteśmy w stanie dostarczyć naszym inwestorom? Czy faktycznie informacja na temat rozwoju, wzrostu przychodów i zatrudniania nowych pracowników jest najlepszym, co przedsiębiorstwo może zaoferować? Czy naprawdę jedynym celem istnienia firmy jest przynoszenie zysków, a inwestora - trzymać pieniądze tam, gdzie się mnożą?

Komunikacja w modelu Human2Human zakłada, że tak nie jest. Oczywiście kwestie finansowe w relacjach inwestorskich są kluczowe, jednak to wartości dodane mogą zadecydować o zaistnieniu efektu customer, czy też w tym konkretnym przypadku, investor excellence.

Dobre wzory ze Skandynawii

Doskonałym przykładem świetnie prowadzonej komunikacji z inwestorami są dwie skandynawskie firmy: działający w obszarze IT - Cybercom oraz światowy gigant energetyczno-naftowy Statoil.

Raporty tych firm, oprócz danych liczbowych oraz najważniejszych informacji związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa, zawierają wiele materiałów dodatkowych, takich jak artykuły na temat codzienności w firmie, komentarze od pracowników czy też najważniejsze wydarzenia związane z funkcjonowaniem instytucji.

Raport roczny Cybercom składa się z wielu treści edukacyjnych. Firma ta specjalizuje się w dostarczaniu zaawansowanych rozwiązań technologicznych z zakresu cyberbezpieczeństwa oraz internet of things. Raport za 2015 rok tłumaczy te kwestie prostym językiem oraz wskazuje, jaki jest wkład Cybercom w rozwój tych dziedzin w danym roku.

Innym przykładem dobrze prowadzonej komunikacji inwestorskiej jest norweski Statoil, państwowe przedsiębiorstwo naftowe, które w 2001 roku weszło na giełdę. Obszerny raport przygotowany jest bardzo prostym i zrozumiałym językiem, przyjaznym zarówno dla inwestora indywidualnego, jak i instytucjonalnego.

Świetną komunikację, która także mogłaby być wzorem w relacjach z inwestorami, prowadzi niegiełdowa IKEA. W swoich raportach poświęca wiele miejsca na podkreślanie, jak dużą rolę w jej polityce gra ekologia oraz pozytywne podejście do każdego pracownika, niezależnie od jego płci, pochodzenia czy poglądów. A dlaczego nie? W końcu społeczne odpowiedzialne indeksy giełdowe funkcjonują na świecie od ponad dwudziestu lat. Czas, aby pewne rzeczy stały się standardem. Może nie ma już sensu mówić o relacjach inwestorskich, CSR, komunikacji korporacyjnej gdy finalnie i tak komunikujemy się przecież z człowiekiem? Rosnąca świadomość konsumentów/inwestorów - ludzi wymusza na firmach rzeczywiste zaangażowanie w budowanie biznesu w oparciu o zaspokajanie realnych potrzeb, rozwiązywanie prawdziwych problemów oraz działania społeczne.

Coś więcej

Wymienione wyżej firmy dostarczają swoim inwestorom czy klientom poczucie, że ich pieniądze to coś więcej, niż tylko rosnący słupek na wykresie. Dzięki inwestycji stały się narzędziem budowania lepszego świata. W przypadku IKEI - bardziej otwartego i przyjaznego dla środowiska, a w przypadku Cybercomu - nowoczesnego i innowacyjnego. Tym samym firma tworzy przekaz, pod którym inwestorzy, czy klienci mogą się chętnie podpisać, a wręcz poczuć dumę, że przyczyniają się do budowy czegoś profitowego i wartościowego.

To właśnie świadomość współtworzenia lepszego jutra jest ową „wartością dodaną", czy też „investor experience" jakie powinny nieść ze sobą także współczesne relacje inwestorskie.

[1] http://www.superoffice.com/blog/customer-experience-statistics/