

10. Obama: the US can no longer fight the world's battles [Electronic resource] // The Independent. – 2012. – Mode of access : <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/obama-the-us-can-no-longer-fight-the-worlds-battles-6285629.html>
11. State's Tauscher at 2012 RUSI Missile Defense Conference [Electronic resource] // US policy. – 2012. – Mode of access : <http://www.uspolicy.be/headline/state%E2%80%99s-tauscher-2012-rusi-missile-defense-conference>

Стаття надійшла до редколегії
18.10.2012 р.

УДК 327:339.727.22

Є. Б. Тихомирова – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної інформації Волинського національного університету імені Лесі Українки

Investor relations: позиціонування українських компаній у міжнародному інформаційному просторі

Роботу виконано на кафедрі міжнародної інформації ВНУ ім. Лесі Українки

Розглянуто сутність «інвестор рилейшнз» як галузі «паблік рилейшнз», яка включає партнерську взаємодію компаній та установу галузі фінансів. Автор зазначає, що цей вид діяльності охоплює і систему внутрішніх взаємодій на рівні окремих держав, і стратегічне партнерство між зарубіжними суб'єктами, акцентуючи увагу на дефіциті в Україні міжнародних інвесторів та актуалізації проблеми інвестиційного позиціонування українських компаній. У статті проаналізовано інституціоналізовані засоби інвестиційного позиціонування українських компаній у міжнародному інформаційному просторі.

Ключові слова: інвестиційне позиціонування, «інвестор рилейшнз», міжнародний інформаційний простір, «паблік рилейшнз», фінансова інформація, фінансові комунікації, фінансовий піар.

Тихомирова Е. Б. Investor relations: позиционирование украинских компаний в международном информационном пространстве. Рассмотрена сущность «инвестор рилейшнз» как области «паблік рилейшнз», которая включает партнерское взаимодействие компаний и учреждений в финансовой сфере. Автор отмечает, что этот вид деятельности охватывает как систему внутренних взаимодействий на уровне отдельных государств, так и стратегическое партнерство между зарубежными субъектами, акцентируя внимание на дефиците в Украине международных инвесторов и актуализации проблемы инвестиционного позиционирования украинских компаний. В статье анализируются институционализованные средства инвестиционного позиционирования украинских компаний в международном информационном пространстве.

Ключевые слова: инвестиционное позиционирование, «инвестор рилейшнз», международное информационное пространство, «паблік рилейшнз», финансовая информация, финансовые коммуникации, финансовый пиар.

Tykhomyrova Y. B. Investor Relations: Positioning of Ukrainian Companies in the International Information Space. Presented the essence of investor relations as a field of public relations, which includes partnerships of companies and institutions in the financial sector. The author notes that this activity encompasses both internal communications system at the level of individual states and the strategic partnership between foreign subjects, focusing on the deficit in Ukraine international investors and update issues in investment position of Ukrainian companies. The paper analyzes the institutionalized position of the investment funds of Ukrainian companies in the international information space.

Key words: investment positioning, «investor relations», international information space, «public relations», financial information, financial communications, financial PR.

Постановка наукової проблеми та її значення. Важливим трендом розвитку фінансової сфери суспільства є використання інформаційно-комунікаційного ресурсу. Сьогодні інформація і комунікації можуть розглядатися не лише як інструмент проведення фінансово-економічної політики, але і як

засіб створення позитивного іміджу українських компаній у міжнародному інформаційному просторі. Їхнє вдале інвестиційне позиціонування суттєво впливає і на позитивне сприйняття держави в глобальному політичному середовищі. Дедалі більше поширюється «усвідомлення того, що, навіть працюючи в регіональній українській компанії, ми вже не перебуваємо в замкнутому економічному просторі, а є частиною світового економічного співтовариства» [6].

Усе це зумовлює актуальність дослідження проблеми інвестиційного позиціонування та виявлення ефективних прийомів і методів представлення українських фірм у світі.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Оскільки проблеми інвестор рилейшнз та інвестиційного позиціонування є достатньо новою сферою діяльності, вона до цих пір детально висвітлювалася переважно в працях зарубіжних учених. Проте останнім часом стали з'являтися і дослідження вітчизняних науковців. Зокрема, актуальні для теми дослідження теоретичні підходи напрацьовані в рамках досліджень вітчизняних авторів Д. Баюра, Н. Бутенко, А. Єдамової, О. Параскевої, М. Стародубської та інших, переважно фахівців, що практично займаються «інвестор рилейшнз» на різних рівнях фінансових комунікацій.

Враховуючи те, що зараз в Україні ІР застосовують переважно компанії, які вийшли на міжнародні ринки, інформаційний потік спрямований на зовнішні ринки, комунікаційних програм для внутрішнього ринку практично немає [16], **метою** нашого дослідження стало узагальнення можливостей інституалізованих засобів інвестиційного позиціонування українських компаній у міжнародному інформаційному просторі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Відносини з інвесторами поки що не набули однозначного термінологічного позначення, хоча, на думку дослідників, термін «investor relations» сформулював Р. Кордінер (Ralph Cordiner), голова ради директорів американської компанії General Electric, ще в 1953 р. Саме тому в нас часто вживається калька з англійської мови «investor relations» («ІР») – «інвестор рилейшнз» («ІР»). Рідше цю сферу діяльності називають фінансовими комунікаціями, або фінансовим ІР. Можливо, це тому, що таке трактування не сприймається деякими практиками і теоретиками як правомірне, оскільки в «інвестор рилейшнз» тісно переплітаються і ІР, і маркетинг фінансових послуг, і фінансовий менеджмент.

Відсутність єдиного терміна в Україні, де ця діяльність існує трохи більше 10 років, доповнюється невизначеністю правової і теоретичної бази та професійного визначення на рівні освіти й класифікатора професій. Проте останнім часом ІР набули пріоритетного значення внаслідок змін, що відбуваються на внутрішньому та зовнішньому ринках. Із чим це пов'язано? Потреба розвитку інвестор рилейшнз для України зумовлена кількома основними чинниками:

1. Як зазначав директор Європейського банку реконструкції та розвитку в Україні (ЄБРР) А. Куусвек, на одній з останніх зустрічей у Давосі керівництво ЄБРР зустрічалося із власниками й головними керівниками 70 найбільших світових компаній, із яких зацікавленість працювати в Україні виразили тільки двох. Це свідчить, що в Україні утворився **дефіцит міжнародних інвесторів**, отже тут утворився несприятливий інвестиційний клімат. «Наводжу ці приклади для того, щоб стало зрозуміло, що, якщо в одній з найбільших країн Європи – Україні за півріччя з'являються дватри інвестори, – це ненормально. Усе це ще раз доводить, що треба покращувати інвестиційний клімат», – констатував А. Куусвек [2].

Більше третини інвесторів (35,8 %) заявляє, що інвестиційний клімат в Україні протягом останніх шести місяців значно погіршився. Про це свідчить опитування, проведене у квітні 2012 р. серед керівників американських, європейських і українських компаній-інвесторів з ініціативи Державної податкової служби України компанією Research & Branding Group. На позитивну динаміку якості інвестиційного клімату в Україні вказують лише 12,8 % інвесторів; 51,4 % – впевнені, що він залишився незмінним. Близько третини (30,7 %) опитаних зазначають, що інвестиційний клімат у наступні півроку погіршиться, поліпшення очікують лише 17,6 % інвесторів [3].

2. Водночас потрібно враховувати і той факт, про який пишуть українські аналітики, що недооцінювання українських підприємств становить 30–40 % стосовно аналогічних компаній східноєвропейського й російського ринків. Це значить, що у вітчизняних компаній є всі шанси залучати інвестиції та демонструвати очікуваний інвесторами ріст. Але щоб повною мірою використовувати наявні можливості, їм потрібно навчитися грамотно висвітлювати свою діяльність. **Комунікації**

багато в чому визначають вартість компанії в очах потенційних інвесторів, оскільки довіру до бізнесу формують його топ-менеджери з їхнім умінням знаходити загальну мову зі ЗМІ, аналітиками, інвесторами й співробітниками. Залучення інвестицій вимагає адекватного комунікаційного супроводу, націленого саме на тих інвесторів, які зможуть оцінити належним чином запропоновані цінні папери [11].

3. Ще один чинник, що зумовлює значення «інвестор рилейшнз» для України, можна сформулювати так: рішення про направлення ресурсів на якое підприємство пов'язане не тільки з прибутковістю, яку пропонує вкладений капітал, але також і з *якістю інформації, яка є доступною для інвесторів*. Вона надає поточним і майбутнім інвесторам можливість краще оцінити рішення щодо інвестування. Завдяки вимогам до обов'язкового розкриття інформації багато компаній почали діяти більш активно, взаємодіяти з ринком. Для цього вони створили спеціальні підрозділи, що визначають очікування інвесторів від роботи компанії і надають інформацію, яку ті хотіли б отримати, щоб було легше зробити реалістичний аналіз бізнесу [8, 11–12].

4. Згідно з дослідженнями, існує *зв'язок між інформаційною політикою фірми й вартістю приваблюваного нею капіталу*. Цей зв'язок виражається в підвищеному інтересі з боку фінансових аналітиків і точності їхніх прогнозів; покращенні популярності фірми емітента і її цінних паперів серед аналітиків ринку й інвесторів, що знижує інформаційну асиметрію, підвищує ліквідність акцій, збільшує увагу ззовні (увага учасників ринку капіталу) до дій менеджменту. Аналітики стверджують, що ефективна інформаційна політика сприяє зниженню невизначеності відносно майбутнього фірми, сприяє зниженню ризику й, отже, вартості капіталу. Реалізація інформаційної політики за допомогою відносин з учасниками ринку капіталу – це функція відносин з інвесторами. Таким чином, існує опосередкований зв'язок між ефективними відносинами з інвесторами й зниженням приваблюваного фірмою капіталу, підтверджена численними дослідженнями [4].

Інвестор рилейшнз (зв'язки з інвесторами) – це «стратегічно важлива функція розкриття інформації емітентом, формування інформаційної політики при взаємодії з інвестиційним співтовариством, виході на публічні ринки капіталів і, відповідно, те, що допомагає компанії залучати інвестиції, підвищувати капіталізацію і знижувати вартість позичених грошей» [16].

Основну *мету* ІР нерідко формулюють як підтримку сприятливих відносин між компаніями й інвестиційним співтовариством, формування довірливих відносин акціонерів та інвесторів із менеджментом. Відповідно, пріоритетними *завданнями* цієї діяльності є такі: забезпечення гармонійних відносин із фінансовими аналітиками та допомога користувачам в інтерпретації фінансової інформації; регулярне виконання вимог до розкриття інформації; вивчення потреб акціонерів, інвесторів і аналітиків та збір максимально достовірної інформації про них для фінансового ринку; вивчення думок інвесторів і акціонерів; організація і проведення медіа-рилейшнз та інформаційних заходів.

Дослідники наголошують, що потреба в такій діяльності існує й у публичних компаній, і в емітентів, і в компаній, джерелом фінансування яких є розміщення акцій, і в тих, хто розпочинає новий бізнес, і в продавців та покупців бізнесу, і в роздрібних продавців інвестицій, і в будівельників – у всіх, хто потребує підвищення інвестиційної привабливості [7]. В Україні, як зазначають вітчизняні аналітики, до «інвестор рилейшнз» звертаються переважно ті компанії, що виходять на зарубіжні ринки або шукають там стратегічних інвесторів. Зокрема, цим зумовлені й ті засоби забезпечення відносин з інвесторами, які ними використовуються [19].

Особливу роль в інвестиційному позиціонуванні українських компаній грають спеціалізовані агентства, що функціонують в Україні та інших країнах світу. Вони мають значний авторитет серед інвесторів і специфічний досвід застосування різноманітних заходів формування іміджу компанії, розкриття інформації та комунікаційного забезпечення інвестиційних проектів.

Першим національним спеціалізованим агентством в Україні, яке надає послуги у сфері інтегрованих корпоративних комунікацій з інвестиційною громадськістю відповідно до міжнародних та національних правил і стандартів із 2008 р., є *Investor Relations Agency*. Воно розробляє внутрішні й зовнішні ІР-процедури, організовує відносини з інвесторами, формує сприятливий імідж компанії на міжнародних і вітчизняних ринках, забезпечує розкриття інформації, інтерактивні комунікації, комунікаційний супровід програм підвищення капіталізації, інвестиційних проектів (залучення венчурного капіталу), емісії акцій/облігацій, входження в біржовий список, формування кредитної історії тощо. Свою місію агенція бачить у «сприянні перетворенню капіталу в інвестиції, а інвестицій – у збільшений капітал» [16].

Агенція веде активну публічну діяльність, спрямовану на вдосконалювання інформаційних зв'язків між учасниками інвестиційного процесу (емітентами, професійними учасниками ринку, регуляторами, рейтинговими агентствами й ін.). За її ініціативою проведено серію «круглих столів», присвячених комунікаціям на фондовому ринку України, інвестиційних форумів і конференцій. У 2011 р. Investor Relations Agency стала організатором Міжнародної інтернет-конференції «IR в Україні. Restart» – першого спеціалізованого форуму, присвяченого питанням створення й розвитку інституту Investor Relations в Україні. У цьому ж році вона заснувала номінацію «Кращий IR-кейс серед компаній України» у рамках IV Міжнародного конкурсу IR-кейсів Росії і країн СНД, що сприяє поширенню інформації про українські компанії в галузі інвестиційного позиціонування.

Дослідницькою компанією, що була створена в Україні для обслуговування інтересів інвесторів і емітентів, стала компанія «Дагда». Серед її найбільших клієнтів – фондові біржі, інвестиційні банки, аудиторські та юридичні компанії країн ЄС, США й Азіатсько-тихоокеанського регіону. Її дослідження доступні інвесторам через інформаційних партнерів російською й англійською мовами у понад 120 країнах світу. Регулярні фінансові конференції, які «Дагда» проводить, слугують ефективними майданчиками і для обміну думками між професіоналами, і для початку діалогу щодо залучення інвестицій усіх зацікавлених сторін [15].

Серед міжнародних компаній в інвестиційному позиціонуванні українських компаній особливе місце займає *Business Wire* (1961) – підрозділ компанії Berkshire Hathaway, що належить У. Баффету, якого відносять до найвідоміших й успішних у світі інвесторів. Це світовий лідер у сфері комерційного поширення новин і розкриття інформації відповідно до законодавчих вимог, що діють у різних країнах світу. Мережа поширення цієї компанії охоплює приблизно 60 міжнародних і національних інформаційних агентств, розповсюджувачів фінансової інформації й новинних Інтернет-служб у Північній Америці, Європі, Азії, Латинській Америці, Близькому Сході й Африці, забезпечує одночасний доступ у режимі реального часу до всіх ключових аудиторій. Це ЗМІ, галузеві видання, інституціональні й індивідуальні інвестори, люди, що ухвалюють рішення у сфері бізнесу, споживачі. *Business Wire* щодня поширює в електронній формі близько 1000 повнотекстових прес-релізів для ЗМІ, онлайн-служб в Інтернеті, баз даних, міжнародного інвестиційного співтовариства в 150 країнах на 45 мовах.

Важлива роль у здійсненні «інвестор рилейшнз» в Україні і, відповідно, в інвестиційному позиціонуванні українських компаній належить спеціалізованій компанії «Фінансовий Аналітик – Сервіс», що діє у сферах організації та проведення професійних бізнес-форумів і конференцій та консалтингу. Починаючи з 1997 р., компанія провела понад 100 професійних і галузевих конференцій, у яких брали участь керівники вищої ланки й фахівці українських компаній. Крім того, вона надає консалтингові послуги з проблем побудови і впровадження організаційно-фінансових рішень для груп компаній (холдингів), залучення стратегічних інвесторів і/або боргового фінансування, розроблення системи фінансового планування діяльності холдингу, послуг із залучення фінансування: кредитів ЄБРР, інших закордонних і міжнародних організацій, випуску корпоративних облігацій [18].

Активним учасником інвестиційного позиціонування українських компаній є *CFC Consulting* – ексклюзивний представник CNN в Україні. *CFC Consulting* була заснована у 2002 р. як недержавна організація «Клуб п'яти континентів» (Club of Five Continents), яка пізніше трансформувалася в приватну компанію *CFC Consulting*. Із 2003 р. компанія займається просуванням іміджу України за кордоном. І не випадково зусилля компанії втілювалися в низці проектів інвестиційного позиціонування: презентації інвестиційного клімату України за кордоном, спеціальних проектах на Euronews, організації бізнес-форумів у Франкфурті (2005), українсько-ісландській інвестиційній конференції (2005), бізнес-форумах у Нью-Йорку (2006), Сінгапурі (2007), а також численних презентаціях щодо бізнес-можливостей України в багатьох країнах світу (Данія, Туніс, Таїланд, Оман, США, Сінгапур, Бруней та ін.) [14].

Зараз компанія *CFC Consulting* консулює своїх клієнтів у сфері зв'язків з інвесторами та фінансових комунікацій. Вона має досвід роботи в комунікаційному сегменті IPO¹ українських

¹ IPO (англ. *initial public offering* – IPO) – первинна публічна пропозиція акцій приватної компанії, зокрема у формі продажу депозитарних розписок на акції. Продаж акцій може здійснюватися і через розміщення додаткового випуску акцій шляхом відкритої підписки, і через публічний продаж акцій наявного випуску акціонерами приватної компанії.

компаній. CFC Consulting організувала road-show та пошук приватного капіталу за кордоном, зосереджуючи основну увагу на багатих на нафту арабських країнах Перської затоки, зокрема Саудівській Аравії, Катарі, ОАЕ, Кувейті, Омані та Бахреїні. Для підтримки постійного зв'язку з арабським світом створено спеціальний веб-сайт Arab Gateway To Ukraine – єдиний ресурс про економіку та інвестиції в Україні арабською мовою. Сайт орієнтований на бізнесменів, інвесторів та туристів з арабських країн [14].

У 2007 р. компанія реалізувала проект «Маркетинг українських інвестиційних проектів у Перській затоці», у рамках якого презентувала українські інвестиційні проекти та шукала потенційних інвесторів у проекти компаній-клієнтів. Наразі CFC Consulting консулює клієнтів з України та Східної Європи із залучення капіталу з країн Перської затоки (ОАЕ, Саудівська Аравія, Кувейт, Катар, Оман і Бахрейн). У грудні 2009 р. компанія організувала поїздку (marketing trip) і представила проекти потенційним інвесторам у Перській затоці. Починаючи з березня 2010 р., CFC здійснює індивідуальні поїздки для кожного з клієнтів окремо та організовує зустрічі з тими інвесторами, що виявили попередній інтерес [14].

У 2002–2011 рр. було проведено серію семінарів-презентацій Doing Business in Ukraine в різних країнах світу для українських бізнесменів і компаній, а також понад 20 презентацій на Мальті, в Омані, Боснії і Герцеговині, Уругваї, Тунісі, Словенії, Німеччині, Данії, Ісландії, Таїланді, Брунеї, США (Лас-Вегасі), ОАЕ, Кувейті, Бахреїні, Саудівській Аравії, Катарі, Сінгапурі. Для участі в них запрошували представників місцевого бізнесу та інвесторів, зокрема місцеві торгово-промислові палати і бізнес-асоціації, забезпечувалася медіа-підтримка в країнах проведення. Це дало змогу підвищити обізнаність ділових кіл інших країн про Україну, отримати підтримку державних органів для презентованих проектів українського бізнесу, встановити ділові контакти, що привели до укладання торгових контрактів [14].

Пріоритетним інструментом для інвестиційного позиціонування українських компаній у світовому інформаційному просторі дедалі більше стають **веб-сайти компаній**, що функціонують у міжнародному інформаційному просторі (більшість сайтів мають англійські аналоги). Investor Relations Agency здійснило два **дослідження корпоративних сайтів банків** із погляду доступності інформації, необхідної для потенційних і чинних інвесторів (власників акцій і/або облігацій).

Воно виявило, що фактично всі банки у 2011–2012 рр. здійснили трансформацію своїх корпоративних сайтів, спрямовану на створення більш ефективних комунікацій зі своїми цільовими аудиторіями, проте в жодного з банків не було сформовано спеціалізованої сторінки, побудованої за спеціальними вимогами IP, де було б сконцентровано всю необхідну інвесторів інформацію. До позитиву можна віднести і тенденції в аспекті розкриття інформації: тут з'явилися однойменні розділи, всі банки розкрили структуру корпоративного керування з описом повноважень і функціонала органів управління. Вісім банків опублікували Кодекс корпоративного управління, 50 % банків розкрили інформацію щодо загальних зборів акціонерів і у формі окремих повідомлень, і у вигляді протоколів зборів, що можна скачати. Інформація про членів Правління стала, як правило, супроводжуватися фотографією з описом біографії та професійного досвіду [16].

Важливо, що в частині розкриття інформації присутня позиція власників і менеджменту банку в застосуванні корпоративного сайту як засобу комунікації не тільки із клієнтською базою, а й з інвестиційним співтовариством. Якщо раніше значною мірою рівень розкриття публічної інформації визначався наявністю іноземного капіталу в статутному капіталі банку, то у 2012 р. наявність іноземного капіталу перестала бути визначальним фактором [14].

Інше дослідження «*Investor Relations Online*» стосувалося не лише банків, а й інших **публічних компаній**. Аналіз інформативності та зручності використання веб-сайтів українських публічних компаній для локальних та іноземних інвесторів здійснювався в рамках проекту інвестиційної компанії Concorde Capital за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) і охопив 100 компаній в Україні, акції яких є на фондових біржах, у тому числі в Лондоні, Варшаві, Франкфурті та Києві, а також компанії, що випустили облігації. За результатами дослідження «*Investor Relations Online*», одним із лідерів із розкриття інформації для інвесторів на своєму корпоративному сайті названий Перший Український Міжнародний Банк (ПУМБ): № 1 у фінансовому секторі та № 7 серед українських компаній [17].

Висновки й перспективи подальших досліджень. Отже, розвиток фінансових комунікацій сьогодні актуалізується потребами інвестиційного позиціонування вітчизняних фірм у світі та дефіцитом міжнародних інвесторів в Україні. Недооцінювання вітчизняних компаній вимагає адекватного комунікаційного супроводу, відповідної якості інформації, доступної для інвесторів, що надає можливість оцінити рішення щодо інвестування та знизити інформаційну асиметрію. Інституціалізовані засоби інвестиційного позиціонування – вітчизняні та зарубіжні спеціалізовані фірми й агентства – надають можливість позиціонувати українські компанії в міжнародному інформаційному просторі. Перспективи подальших досліджень можуть бути пов'язані з вивченням ефективності інституціалізованих та особливостями неінституціалізованих засобів інвестиційного позиціонування, аналізом зарубіжного досвіду їх використання.

Список використаної літератури

1. Бутенко Н. В. Методичні засади формування ефективної системи взаємин з інвесторами [Електронний ресурс] / Н. В. Бутенко. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Prvs/2007_2/0570.pdf
2. ЕБРР: Інвестиційний клімат в Україні ухудшився [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://news.zn.ua/ECONOMICS/ebr_investitsionnyy_klimat_v_ukraine_uhudshilsya-80832.html
3. Інвестори негативно оцінюють інвестклімат в Україні і не ждуть його удешевлення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://news.zn.ua/ECONOMICS/investory_negativno_otseivayut_investklimat_v_ukraine_i_ne_zhdut_ego_uluchsheniya-100625.html
4. Матусевич Р. О. Св'язи з інвесторами (Investor Relations) – перспективи в Росії; Відносини з інвесторами (Investor Relations): інструментарій і базові стратегії [Електронний ресурс] / Р. О. Матусевич. – Режим доступу : <http://www.zanimaem.ru/spravochnik-zaemshika>
5. Организация отношений с инвесторами: российская и зарубежная практика. – М. : Альпина Паблишерз, 2010. – 230 с.
6. Параскева О. Финансовый PR: зачем и кому он необходим в Украине? [Електронний ресурс] / О. Параскева. – Режим доступу : <http://b2blogger.com/articles/column/paraskeva/179.html>
7. Пермяков О. А. Investor Relations – системный подход в конкуренции за деньги инвесторов [Електронний ресурс] / О. А. Пермяков. – Режим доступу : <http://www.marketing.spb.ru/conf/2003-09-chel/01.htm>
8. Посібник з відносин з інвесторами. Послуги з підтримки МСП у пріоритетних регіонах України [Електронний ресурс] // EuropeAid/121495/C/SV/UA. – К., 2007. – 49 с. – Режим доступу : <http://economy.mk.gov.ua/download/books/InvestmentPromotionUkr.pdf>
9. Социальные сети для финансовых коммуникаций [Електронний ресурс] // Депозитаріум. – 2011. – № 10 (104). – Режим доступу : http://www.nsd.ru/common/img/uploaded/files/depo/104/13-15_rink.pdf
10. Социологическое исследование инвестиционной культуры населения. Дайджест основных результатов [Електронний ресурс] // Фондовая биржа ММВБ/Фонд «Общественное Мнение». – Режим доступу : http://irfr.ru/workdir/files/1_finlikbez.doc
11. Стародубская М. «Конфетка» для инвестора [Електронний ресурс] / Марина Стародубская. – Режим доступу : http://www.cfin.ru/investor/invrel/ir_eff.shtml?printversion
12. Финансовая культура: испытание кризиса сом. Исследование ФОМа для ММВБ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://irfr.ru/workdir/files/finlikbez_fommmvb08.pdf
13. Шулівейстрова О. Зовнішні комунікації при публічному розміщенні акції компанії [Електронний ресурс] / О. Шулівейстрова, Е. Зернін. – Режим доступу : http://www.ufin.com.ua/analit_mat/rzp/160.htm
14. CFC Consulting – ексклюзивний представник CNN в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cfc.com.ua>
15. Dagda [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.dagda.com.ua>
16. Investor Relations Agency [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.ua-ir.com.ua/ru/ir>
17. Investor Relations Online in Ukraine. The Good, the Bad & the Ugly [Electronic resource]. – Mode of access : <http://maanimo.com/content/attachment/4-ir-online-in-ukraine-1605>
18. The Financial Analyst – Service. Event management company [Electronic resource]. – Mode of access : <http://fas.com.ua>
19. RESTART IR в Україні [Electronic resource]. – Mode of access : <http://fundmarket.ua/press/4e1453533f02b>

Стаття надійшла до редколегії
23.10.2012 р.