

Вопросы для самоподготовки компании к раскрытию финансовой информации

Вопросы:

1. Что ожидает сам менеджмент от раскрытия отчетности и встреч с инвесторами?
2. Что ожидает «рынок» от раскрытия, какие будут отклонения от консенсуса по финансовым позициям?
3. Как управлять ожиданиями «рынка», в том числе с учетом отраслевых кризисных поправок?
4. Какие существуют разногласия между отчетностью по РСБУ и МСФО, какие пояснения должен дать менеджмент?
5. Как осуществляется мониторинг взаимодействий с аудиторами, как заблаговременно обеспечить необходимые корректировки и согласования?
6. Какие наиболее важные риски текущего бизнеса для инвестиционного сообщества?
7. Какие ожидают от компании услышать оценки по будущим тенденциям развития индустрии?
8. Что компания еще хочет – по сравнению с традиционными производственными и финансовыми цифрами – добавить в MD&A и презентации для инвесторов, чтобы своевременно согласовать эти данные с аудиторами?

Тезисы:

9. Следует «управлять будущим» на основе уверенности в достижении отчетных показателей в 2008 году.
10. Необходимо заранее провести финансовое моделирование будущей деятельности.
11. В презентациях следует уделять максимальное внимание темам, которые волнуют инвесторов. Самой отчетности отвести 2-3 слайда.
12. Разговор о будущем неизбежен, мало кого интересует уже свершившиеся факты. Важно показывать уверенность менеджмента компании в тех или иных бизнес-сферах, говорить про логику принятия решений, в том числе в смежных / инфраструктурных отраслях.
13. Следует заранее подготовить руководство к сложным вопросам и заранее отражать их в слайдах презентации, не называть цифры «на слух», исключить экспромты.
14. Если компания не готова к прогнозам, следует называть тенденции, которые будут формировать те или иные показатели в будущем.
15. Необходимо заранее подготовить список возможных вопросов и аргументированных ответов – для формирования официальной позиции компании.
16. Должен быть и неформальный список вопросов и ответов – то, что не зависит напрямую от менеджмента, а именно:
 - государственная поддержка,
 - внутрикорпоративные изменения, включая структуру акционеров,
 - слухи и провокационные заявления.
17. Должна быть сделана ревизия ранее сделанных менеджментом заявлений на предмет выявления противоречий с текущими данными, в том числе в части качества управления и понимания рыночных тенденций.
18. Логично дать объяснение об изменении маркетинговой позиции компании, например, почему произошел отказ от долгосрочных контрактов с клиентами.
19. Основное послание руководства компании в ходе презентации для инвесторов – «все находится под контролем».

По вопросам подготовки и организации раскрытия финансовой информации, включая тел. конференции, Интернет-трансляций, получения «анонимной» обратной связи от инвесторов, репетиций для руководства и распространения информации по каналам Business Wire обращайтесь к Кириллу Крючкову по тел.: (495) 647-88-50, доб. 4132 e-mail: K.Kruchkov@interfax.ru