

СТОИТ ЛИ

ТРАТИТЬ ДЕНЬГИ

ДОМИНИК ДЖОНС,
соучредитель информационного портала
IR Web Report <http://www.irwebreport.com>

НА СОЗДАНИЕ ГОДОВЫХ ОНЛАЙН-ОТЧЕТОВ?

Участник одного из наших недавних читательских опросов раскритиковал меня за то, что я считаю размещение годовых отчетов компаний в Интернете не напрасной тратой денег.

На самом деле подобного вопроса мне никто никогда и не задавал. Но раз уж мы коснулись этой темы, я буду рад высказать свою точку зрения и объяснить, почему мы настоятельно рекомендуем нашим клиентам размещать полные версии своих годовых отчетов и пакет документов, необходимых для проведения годового собрания акционеров (proxy statement), в формате HTML на своих сайтах.

Должен признаться, что и меня иногда посещают мысли о том, что дорогостоящие интернет-отчеты экономически неоправданны (особенно те, в которых используются новейшие технологии), так как на самом деле не нужны инвесторам. Когда я изучаю очередной отчет, разработанный на основе flash-технологий, с опцией поиска информации по выбранному ключу и накопления этой информации в

Инвесторы не хотят тратить свое драгоценное время на компании, не обращающие внимания на удобство навигации их сайтов.

файле, я вновь задумываюсь, а в чем, собственно, смысл? Для чего все это инвесторам?

Однако после некоторых размышлений я снова и снова убеждаюсь в том, что хороший годовой отчет (безо всяких хитрых flash-технологий и поисковых машин), размещенный на веб-сайте компании в формате HTML, жизненно необходим любой публичной компании.

Мой анонимный респондент отметил в своем комментарии, что «годовые отчеты в Интернете являются напрасной тратой денег, особенно в том случае, когда большинство инвесторов компании — институциональные». По-видимому, читатель хотел сказать, что институциональные инвесторы не

используют годовые отчеты, размещенные в Интернете, в качестве основного источника информации, потому что информация, содержащаяся в таком отчете, устаревает уже к моменту публикации. И это правда. Читатель, очевидно, имел в виду и то, что институциональных инвесторов вполне устроит и формат PDF, поскольку у них есть опыт работы с такими документами и все ресурсы, необходимые для того, чтобы такой отчет распечатать. И это тоже правда.

Но эти два факта сами по себе не дают оснований считать годовые отчеты, размещенные на сайте компаний в формате HTML, «напрасной тратой денег». Вопрос, на самом деле, несколько сложнее.

Заблуждение № 1.
В годовых отчетах содержится «устаревшая» информация
Во-первых, информация, содержащаяся в годовых отчетах, размещенных в Интернете, является «устаревшей» только для инвесторов, аналитиков и представителей деловой прессы, которые знакомы с

данной компанией и следят за положением дел в ней. Как правило, этих людей совсем немного.

Только небольшая группа институциональных инвесторов на самом деле владеет акциями данной компании. Остальные же являются потенциальными инвесторами. Поэтому для большинства институциональных инвесторов, которые в данный момент не являются держателями акций вашей компании, информация, содержащаяся в годовом отчете, новая.

Для большинства потенциальных инвесторов, заходящих на сайт вашей компании, чтобы побольше узнать о ней, годовые отчеты — очень важный источник информации. По результатам опросов инвесторов, годовые отчеты входят в тройку лидеров среди источников информации, предназначенных для связи с инвесторами.

Однако необходимо помнить, что потенциальные инвесторы, как правило, не слишком мотивированы и заинтересованы. Они не будут изо всех сил разыскивать на сайте информацию о вашей компании, поскольку пока не являются держателями ваших акций, да и конкуренция среди компаний велика. Инвесторы не хотят тратить свое драгоценное время на компании, не обращающие внимания на удобство навигации их сайтов.

Годовой отчет, размещенный в формате PDF или любом другом

Годовые отчеты формата HTML можно считать неоправданной тратой денег только в том случае, если эти отчеты неверно составлены.

формате, основанном на рисунках (изображениях), не удобен для людей, не слишком заинтересованных в вашей компании. Даже если они и скачают ваш отчет, это займет гораздо больше времени, да и читать такой документ будет существенно тяжелее по сравнению с документом формата HTML. Документы в формате PDF обычно имеют меньшую коммуникационную ценность, поскольку их значительно тяжелее читать «с экрана».

Другими словами, пользователь, изучающий годовой отчет в формате PDF, перерабатывает меньшее количество информации в единицу времени по сравнению с пользователем, который читает этот же документ в формате HTML. Поэтому у такой компании существенно снижаются шансы вызвать интерес пользователя и предотвратить его уход с сайта компании на сайты многочисленных конкурентов.

В этом смысле годовые отчеты в формате PDF могут являться препятствием для привлечения новых инвесторов. Не стоит усложнять

жизнь людям, которые могут инвестировать миллионы долларов в вашу компанию, ради того чтобы сэкономить несколько тысяч на разработке отчета в формате HTML. К сожалению, 90% компаний, чьи сайты мы анализируем, именно так и поступают. В ряде случаев компании уделяют гораздо больше внимания удобству пользователей, покупающих на их сайте десятидолларовые товары, нежели удобству потенциальных инвесторов, которые могут вложить в их бизнес миллионы.

Заблуждение №2. Аналитикам и институциональным инвесторам годовые отчеты не нужны

Также я хочу подчеркнуть, что хороший годовой отчет в формате HTML является полезным даже для инвесторов и аналитиков, которые знакомы с вашей компанией и постоянно отслеживают происходящие в вашем бизнесе события.

Естественно, в большинстве случаев аналитики и институциональные инвесторы, следящие за положением дел в вашей компании, не будут рассматривать ваш годовой отчет в качестве источника новой информации, позволяющей оценить реальную стоимость ваших акций. Как правило, вся подобная информация уже является публичной, она содержится в финансовом отчете о результатах IV квартала, отчетах, предоставляемых регулятору, презентациях для инвесторов и аналогичных документах, выпущенных в промежутке между окончанием финансового года и датой размещения годового отчета

Должен признаться, что и меня иногда посещают мысли о том, что дорогостоящие онлайн-отчеты экономически неоправданны.

Не стоит усложнять жизнь людям, которые могут инвестировать миллионы долларов в вашу компанию, ради того чтобы сэкономить несколько тысяч на разработке отчета в формате HTML.

в Интернете. Однако несмотря на то что информация, содержащаяся в годовом отчете, не является текущей, такие отчеты содержат в себе очень важные справочные данные. Институциональные инвесторы, аналитики и журналисты рассматривают годовые отчеты в качестве надежных, авторитетных и проверенных источников информации.

Другими словами, эти люди будут обращаться к вашему годовому отчету, когда им понадобится уточнить какой-то факт, или найти труднодоступную информацию, или использовать гарантированно надежный, аудированный источник. При таких «визитах в поисках справок» документ формата PDF или любой другой, основанный на рисунках, изображениях, оказывается менее удобным, нежели хорошо продуманный и доступный для загрузки, поиска и копирования отчет в формате HTML.

Если пользователю необходимо найти одно-единственное предложение, расположенное в сноске к документу, ему будет гораздо удобнее не загружать большой документ формата PDF, а осуществить поиск в документе формата HTML.

Важно иметь в виду, что визиты на ваш сайт за информацией будут наблюдаться в течение всего того времени, пока годовой отчет находится на сайте, даже по прошествии года — но только в том случае, если отчет размещен в удобном для пользователя формате.

Инвесторы, аналитики и журналисты, которые сумели легко и просто найти на вашем сайте все то, что они искали, скорее всего, еще раз вернуться на этот сайт. И каждый такой дополнительный визит предоставляет компании отличный шанс установить новые отношения с пользователем или укрепить отношения, уже существующие.

Вывод таков. Если вы рассматриваете годовой отчет только как средство доступа к актуальной финансовой информации, размещение отчетов на веб-сайте компании действительно является пустой тратой средств и времени. Но раскрытие финансовой информации не является основ-

ной задачей годового отчета. Для институциональных инвесторов, аналитиков и журналистов годовые отчеты в Интернете являются жизненно важным справочным руководством по компании и источником сведений, которые не всегда легко найти в широком доступе.

Однако хочется отметить, что в ряде случаев годовые онлайн-отчеты действительно являются актуальным средством раскрытия информации. Крупные корпорации — участники нашего опроса размещают свои годовые отчеты в Интернете одновременно с финансовыми результатами IV квартала. В этих случаях отчеты приобретают особую важность как актуальнейшие источники информации.

Конечно, мы еще не приняли во внимание важность наличия годового отчета на сайте компании для установления прочных взаимоотношений между компанией и ее акционерами, сотрудниками и другими заинтересованными лицами. Мы также не упомянули, что хороший годовой онлайн-отчет является наглядной демонстрацией финансовой ответственности менеджмента компании перед держателями акций.

Годовые отчеты формата HTML можно считать неоправданной тратой денег только в том случае, если эти отчеты неверно составлены или компании затратили необоснованно большие средства на разделы, практически либо совсем не приносящие добавочной стоимости. Но эта тема выходит за пределы данной статьи. ■

Перевод Ларисы Гурдхарт

