

Experience Sharing

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากงานนักลงทุนสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)



การลงทุนสัมพันธ์ (Investors Relations)



การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชาสัมพันธ์จากสาธารณชนที่มีต่อองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง



การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

- ▶ ญัตินันท์ ศิริเจริญ (2548 :110) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับสาธารณชน เพื่อบอกกล่าวให้ทราบ ชี้แจงทำความเข้าใจให้ถูกต้องเกี่ยวกับความคิดเห็น (opinion) ทศนคติ (Attitude) และค่านิยม (value) สร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี สร้างเสริมและรักษา (to build and sustain) ความสัมพันธ์ที่ดี นำไปสู่การสนับสนุน และความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย
- ▶ วิรัช ลภีรัตนกุล (2546 : 5-6) ได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ ว่า "การประชาสัมพันธ์" นั้นแปลมาจากศัพท์ภาษาอังกฤษคือ " Public Relation" ซึ่งหากแยกเป็นคำแล้วจะประกอบด้วยคำว่า
"Public หรือแปลเป็นภาษาไทยคือ ประชา หรือ หมู่คน"
"Relation หรือแปลเป็นภาษาไทยคือ สัมพันธ์ หรือ การผูกพัน"

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ ถ้าแปลตามตัวอักษรก็จะให้ความหมายว่า การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน



การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

- ▶ Cutlip, Center และ Broom (1994 : 4 อ่างในรัตนวดี ศิริทองถาวร , 2546 :33) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การประชาสัมพันธ์คือ การติดต่อเผยแพร่ข่าวสาร นโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนทั้งหลายที่มีส่วนสัมพันธ์ ขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ และความต้องการของประชาชนให้หน่วยงานหรือองค์การทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย
- ▶ (Bernays, 1955, pp. 3-4)“การประชาสัมพันธ์หมายถึง ความพยายามในการ สร้างสรรค์ความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อ สนับสนุนกิจกรรม วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน หรือสถาบัน โดยการเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทราบ การโน้มน้าวใจ การประสานและการปรับเปลี่ยนความคิดเห็นของ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย และ วิธีการดำเนินงานของสถาบัน”

สรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การที่องค์กรให้ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนเพื่อให้ทราบหรือสร้างความเข้าใจกับประชาชน ทำให้เกิดทัศนคติและภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร



การลงทุนสัมพันธ์ (Investors Relations)

IR (Investor Relations) หรือ งานนักลงทุนสัมพันธ์ คือ กลยุทธ์การบริหารที่สำคัญ ที่ผสมผสานกันระหว่างหลักการทางด้าน การเงิน การสื่อสาร การตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดการกับสาระสำคัญของข้อมูลของบริษัทให้แก่ผู้ที่ต้องการ เช่น ผู้ถือหุ้น นักวิเคราะห์ และผู้ลงทุนทั่วไป โดยมีจุดประสงค์ที่จะเพิ่มมูลค่าของบริษัท และสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของบริษัทไปยังตลาดหลักทรัพย์หรือเท่ากับราคาหุ้นของบริษัท กิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ถือเป็น กิจกรรมที่สำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดีอีกด้วย



หน้าที่หลักของ (Investors Relations)

- ▶ เป็นโฆษกประจำบริษัท (Spokesperson)
 - ▶ ติดตามการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัท
 - ▶ นำเสนอข้อมูลข่าวสารและการเปลี่ยนแปลงของบริษัทให้แก่นักลงทุนอย่างสม่ำเสมอ
 - ▶ สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักวิเคราะห์และผู้ลงทุน
 - ▶ เสริมสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อนักลงทุน
 - ▶ ประสานงานและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับงานนักลงทุนสัมพันธ์แก่ผู้บริหารบริษัท
 - ▶ เป็นคนกลางในการสื่อสารข้อมูลทั้งภายในและภายนอกบริษัท
-



คุณสมบัติของผู้ที่ทำหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์

นักลงทุนสัมพันธ์ควรมีความเข้าใจใน Business Model ของธุรกิจ มีความรู้ในด้านการเงิน ตลาดทุน การตลาดและการประชาสัมพันธ์ เป็นอย่างดี เนื่องจากนักลงทุนสัมพันธ์จะเป็นคนกลางในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทแก่ นักลงทุนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



หน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ ประกอบด้วย

- ▶ ผู้บริหารระดับสูง (CEO & CFO)
- ▶ ผู้บริหารอาวุโส / หัวหน้าฝ่าย / ผู้บริหารระดับภูมิภาค
- ▶ นักบัญชีและนักการเงิน
- ▶ ที่ปรึกษาทางกฎหมาย
- ▶ ผู้จัดการสำนักลงทุนสัมพันธ์
- ▶ นักประชาสัมพันธ์
- ▶ ที่ปรึกษาทางการประชาสัมพันธ์ (บุคคลภายนอก)
- ▶ วาณิชธนกิจ




บทบาทและหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง

CEO และ CFO

ผู้บริหารระดับสูงควรเข้าใจถึงความสำคัญและให้การสนับสนุนการดำเนินงานนักลงทุนสัมพันธ์อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ยังควรใช้เวลาเข้าร่วมกิจกรรมนักลงทุนสัมพันธ์ที่สำคัญๆ ด้วย เช่น การเข้าร่วมงานประชุมนักวิเคราะห์ เพื่อเปิดโอกาสให้นักวิเคราะห์ได้สอบถามมุมมองและวิสัยทัศน์ในการบริหารธุรกิจ


ผู้บริหารของบริษัทจะต้องให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับนักลงทุนสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องข้อมูล งบประมาณ และเวลา



เปรียบเทียบ

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

การลงทุนสัมพันธ์ (Investors Relations)



เปรียบเทียบ	การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)	การลงทุนสัมพันธ์ (Investors Relations)
1. กลุ่มเป้าหมาย	มีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม ประชาชนทั่วไป	กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Focus Audience) เช่น นักวิเคราะห์ นักลงทุนสถาบัน นักลงทุน ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น คู่ค้า ทางธุรกิจ หน่วยงานกำกับดูแล สื่อมวลชน
2. วัตถุประสงค์	เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ ทัศนคติ ที่ดี แก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่อง ใดเรื่องหนึ่ง	เพิ่มมูลค่าของบริษัท และ สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของ บริษัทไปยังตลาดหลักทรัพย์ หรือเท่ากับราคาหุ้นของบริษัท

เปรียบเทียบ	การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)	การลงทุนสัมพันธ์ (Investors Relations)
3. เครื่องมือที่ใช้	อาจใช้สื่อมวลชนหรือไม่ก็ได้ เช่น การออกข่าว ให้สัมภาษณ์ จัดแสดงสินค้า สัมมนา เป็นต้น	<ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น รายงานประจำปี, รายงานข้อมูลผลการดำเนินงานของบริษัท (Fact sheet) 2. การประชุมกับนักวิเคราะห์หรือนักลงทุนแบบรายบุคคลหรือกลุ่ม (One on one หรือ Group Meeting) Road show กับนักวิเคราะห์และนักลงทุนสถาบัน 3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์, การประชุมผ่านสายโทรศัพท์, การประชุมผ่านทางวิดีโอ
4. การติดต่อสื่อสาร	การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication)	การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication)
5. ความรู้เฉพาะทาง	อาจจะไม่ต้องมีความรู้เรื่อง การเงิน การตลาด ในเชิงลึก	ต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเงิน การตลาด และการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี



งานนักลงทุนสัมพันธ์

สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

สร้างความน่าเชื่อถือ
ให้แก่บริษัท

สะท้อนความเห็นจาก
คนนอกสู่ผู้บริหาร

ดูแลนักลงทุน

มีส่วนร่วมในกระบวนการ
กำหนดกลยุทธ์ของบริษัท

รายงานข้อมูลให้ผู้บริหาร
ระดับสูง

ข้อมูลที่นักลงทุนสัมพันธ์ควรจัดเตรียม ให้กับนักวิเคราะห์หรือนักลงทุน

- ▶ พันธกิจขององค์กร (Mission Statement)
- ▶ สรุปข้อมูลและแนวโน้มทางการเงินที่สำคัญ
- ▶ สาสน์จากประธานกรรมการหรือผู้บริหารระดับสูง
- ▶ รายละเอียดโครงสร้างการบริหาร
- ▶ รายละเอียดของธุรกิจและกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ
- ▶ การวิเคราะห์อุตสาหกรรม, การดำเนินธุรกิจภายใต้เงื่อนไขและสิ่งแวดล้อมและอุตสาหกรรม
- ▶ รายงานสถานะทางการเงินของบริษัท
- ▶ ข้อมูลทางการเงินที่ต้องเปิดเผยตามกฎหมาย
- ▶ สรุปงบกำไรขาดทุนในรอบระยะเวลา 5 ปี
- ▶ หลักการบรรษัทภิบาลของบริษัท
- ▶ การวิเคราะห์ฐานผู้ถือหุ้นของบริษัท
- ▶ ตารางปฏิทินทางการเงินที่สำคัญ

การเริ่มวางแผนดำเนินงานนักลงทุนสัมพันธ์

การจัดทำแผนงานนักลงทุนสัมพันธ์ที่ดี จำเป็นจะต้องกำหนดประเด็นสำคัญให้ครอบคลุมเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. กำหนด “เรื่องราว”
เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ แผนกลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินธุรกิจ
 2. กำหนด “เครื่องมือและช่องทางในการสื่อสาร”
 3. กำหนด “โฆษกประจำบริษัท” เช่น ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO)
 4. กำหนด “แนวทางการเปิดเผยข้อมูล”
 5. กำหนด “แผนงานประจำปี”
-



ตัวอย่างตัวชี้วัด (KPI)

- ▶ ปริมาณการซื้อขายหุ้นบริษัท / อัตราหมุนเวียนปริมาณการซื้อขาย (Turnover Ratio)
 - ▶ สัดส่วนนักลงทุนประเภทต่างๆ ที่ถือหุ้นบริษัท
 - ▶ จำนวนบทวิเคราะห์หลักทรัพย์
 - ▶ ราคาเป้าหมายของนักวิเคราะห์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
 - ▶ ผลสำรวจความเห็นจากนักวิเคราะห์และผู้จัดการกองทุน
 - ▶ คะแนนการประเมินการดำเนินงานนักลงทุนสัมพันธ์
 - ▶ (Self Assessment) ของรางวัล Best IR (SET Awards)
 - ▶ การประเมินผล AGM หรือ CG
-



ประโยชน์ของงานนักลงทุนสัมพันธ์

1. ช่วยให้ผู้ลงทุนการเงินต่ำลง
2. ช่วยให้ผู้ถือหุ้นสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท
3. ทำให้บริษัทได้เรียนรู้มุมมองจากคนภายนอก

