



Yatırımcılar yatırım yaptıkları şirketleri hangi kriterlere göre değerlendiriyorlar?

Bundan önceki yazılarımızda proaktif yatırımcı ilişkileri stratejilerinin ve yatırımcı hedeflemesinin öneminden ve yatırımcı hedeflemesinde kullanılabilecek bazı yöntemlerden bahsetmiştik. Bu tür analizleri yaparken yatırımcı profilini iyi tanımak ve yatırımcının şirketinizden beklentilerini doğru ölçümlemek büyük önem taşıyor. Bu yazımızda bu konuya açıklık getirmeye çalışacağız.

Öncelikle şu sorunun yanıtını iyi araştırmamız gerekiyor: Yatırımcılar şirketinizin hissesini alırken hangi kriterleri baz alarak karar veriyorlar? Her ne kadar farklı yatırımcılar için bu sorunun yanıtı farklılık gösterse de genelde yatırımcılar yüksek temettü ödeyen, düşük fiyat/kazanç oranına sahip olan ya da yüksek büyüme potansiyeli arz eden şirketleri tercih ediyorlar. Ayrıca, iyi kurumsal yönetim uygulamaları bulunan, daha şeffaf olan ve ana hissedarın ya da üst yönetimin hisse değeri ve yatırımcı değeri yaratmak konularında çaba gösterdiği şirketlere yatırım yapmayı istiyorlar.

Yatırımcılar, yatırım kararlarını verirken sadece şirketin mevcut mali ve operasyonel yapısına bakmıyorlar. Kısa ve uzun vadeli iş ve yatırım imkanları, büyüme potansiyeli, marjlarda ve karlılıktaki gelişmeler, piyasa konumunda farklılaşma, potansiyel risklere karşı güçlülük gibi başka faktörlerle de ilgileniyorlar. Bu arada yatırımcının ne tür bir yatırımcı olduğu -serbest yatırım fonu mu (*hedge fund*) yoksa uzun vadeli kurumsal yatırımcı vb.- şirketten beklentilerini etkiliyor ve farklılaştırıyor. Örneğin bir hedge fund daha çok kısa vadeli beklentilere odaklanırken; kurumsal ve uzun vadeli bir yatırımcı şirketin büyüme ve ileride göstereceği karlılık potansiyeline odaklanabiliyor.

Daha önceki yazılarımızda da aktardığımız gibi ülkemizdeki yatırımcıların çoğunluğu büyüme ve değer odaklı fonlar. Büyüme odaklı fonlar, temettü ödemelerinden ziyade yatırım süreci içerisindeki ciro, kârlılık ve nakit akışlarındaki artış potansiyeline önem veriyorlar. Değer odaklı fonlar ise ucuz olduklarını düşündükleri ancak gizli değerlere sahip olmaları sebebiyle değerlendirme potansiyeli arz eden hisselerle odaklanıyorlar. (Yeniden yapılandırma sürecinden geçen ya da şirket birleşme ve satın alma (M&A) hedefi olan şirket hisseleri bu kapsamda düşünülebilir.)

Yatırımcı türü ne olursa olsun; genel olarak yatırım kararlarını belirleyen etkenlerin en önemlilerinin neler olduğu bazı anket çalışmalarıyla tespit ediliyor. Örneğin Rivel Araştırma Grubu tarafından geçmiş yıllarda

yapılan bir çalışma yatırımcıların yatırım kararlarını şekillendiren en önemli faktörleri analiz ederken şu sonuçlara ulaşıldığı gözleniyor:

Üst yönetimin kredibilitesi	%77
Etkin iş stratejisi	%74
Hisse başına karlılık (EPS) artışı	%64
Güvenilir nakit akışı	%60
Güçlü bilanço yönetimi	%60

Kaynak: IR Magazine

Üst yönetimin yatırımcı ile iletişim içerisinde olması ve güvenilir bulunmasının önemi bu çalışmada da öncelikli bir kıstas olarak karşımıza çıkıyor. Aynı çalışma üst yönetimin kredibilitesinde en fazla rol oynayan iki faktörün; açıklanan hedeflere ulaşılması (ya da daha iyi performans gösterilmesi) ve açıklık ve dürüstlük olduğunu tespit ediyor. (Diğer faktörler: hissedar haklarının korunması, tutarlılık ile sektör ve işe ilişkin bilgi hakimiyeti). Yatırımcılar, portföylerini yapılandırmadaki uyarı sinyallerini ise mali performanstaki olumsuz gelişmeler, yönetimin değişmesi ya da hedeflerden önemli sapmalar ve değerlendirme konuları olarak belirtiyorlar.

Yatırımcının şirketinizden beklentilerini anlamak hem birebir toplantılarda sizlere verilen bir saatlik zamanı etkin kullanmak hem de yatırımcı iletişiminde kullanacağınız araçların içerik yönetimini tasarlamakta büyük önem taşıyor. Bu tür araştırmalar yatırımcılar hakkında genel bilgiler edinmek ve beklentilerini ölçümlemek adına önemli. Ancak daha da önemlisi sizlerin yatırımcınızla yapacağınız görüşmeler arasında yaptıkları yorumlar arasındaki mesajlardan ya da sizin kendilerini tanımak üzerine yönelteceğiniz soruların cevaplarından derleyeceğiniz profil analizleri. Unutmayın; iletişim çift taraflı olduğu zaman çok daha verimli oluyor ve etkin bir iletişim platformu için hedef kitlenizi iyi tanımanız büyük önem arz ediyor.

Hepinize iyi şanslar ve iyi haftalar diliyorum.

Sevgilerimle,

Funda Güngör Akpınar
Yönetim Kurulu Başkanı

