



2012 stratejik plan çalışmaları....

Yeni bir yıl demek genelde yeni planlar, yeni süreçler ve yeni hedefler demek. Önümüzdeki e-bültenlerimizde yeni yıla ait stratejik planımızı yaparken ne gibi faktörlere dikkat etmeliyiz; hangi hedeflere yoğunlaşmalıyız ve ne tür araçlardan faydalanmalıyız gibi konular üzerinde durmaya çalışacağım.

Hedeflere ulaşabilmek için öncelikle hedef kitlelerimizi iyi tanımlamamız gerekiyor. Yatırımcı ilişkileri birimleri olarak öncelikli hedef kitlelerimiz kimler? Bizlerden beklentileri neler? Bugüne kadar bu hedef kitlelerle ilişkilerimiz ne düzeyde yürütülmüş? Hedef kitlelerden bizim beklentilerimiz neler? Önceliklerimiz var mı? Hangi hedef kitleyle iletişimde hangi araçları kullanabiliriz? Tüm bu sorular ve yapacağımız analizler sonucu ortaya çıkacak olan cevaplar bizi doğru planlamaya götürecektir.

Yatırımcı ilişkileri yöneticilerinin öncelikli hedef kitleleri dediğimizde ilk aklımıza gelenler yatırımcılar (potansiyel yatırımcılar ve pay sahipleri), aracı kurumlar, derecelendirme kuruluşları, finansal medya ve düzenleyici kurumlar. Tabii bunlar şirketimiz dışındaki hedef kitlelerimiz. Bir de şirketimiz içinde hedef kitlelerimiz var. Yatırımcı ilişkilerinin doğru yapılandırılması için şirket içi iletişim ve bilgi akışının en iyi şekilde yapılması ve üst düzeyin taahhüdünün ve desteğinin alınması da büyük önem arz ediyor.

Her bir hedef kitlenin detaylı olarak analiz edilmesi ve planlamanın bu şekilde yapılması gerektiğine inanıyorum. Bu sayımızda ilk hedef kitlemiz olan yatırımcılarla başlayacağım. Yatırımcı evreni oldukça geniş bir evren. Bireysel yatırımcılar, toplam finansal varlıkların oldukça az bir kısmına sahip. Özellikle gelişmiş ülkelerde bireylerin önemli bir bölümünün tuttuğu finansal varlıkların emeklilik için ayrılmış tasarruflar ya da çalışılan kurum hisselerinden oluştuğu gözleniyor. Ağırlık kurumsal yatırımcılarda. TheCity UK tarafından yapılan bir çalışma 2010 yılı sonu itibarıyla yönetilen global fonların 79,3 trilyon dolar olduğunu; bunların 29,9 trilyon dolarının emeklilik fonları, 24,7 trilyon dolarının yatırım fonları, 24,6 trilyon dolarının ise sigorta fonları tarafından yönetildiğini gösteriyor. Yönetilen fon büyüklüklerine göre bakıldığında ABD %45 payla 1. sırada gelirken; İngiltere, Japonya, Fransa, Almanya, Hollanda ve İsviçre'nin de %2 ve üzerinde pay sahibi oldukları gözleniyor. Ülkemizde ise özellikle hisse senedi yatırımcı tabanı daha yeni yeni geliyor. Hisse senetlerine ilişkin hesaplara bakıldığında yaklaşık 1 milyon hesap olduğu gözleniyor. Ancak bunlarında birçoğu aktif hesaplar değil. TSPAKB Yönetim Kurulu Başkanı Atilla Köksal'ın sunduğu araştırma sonuçları sadece 250.000 kişinin 10.000 TL üzerinde bakiyesi olduğunu gösteriyor. Portföy yönetim şirketlerinin portföyleri içerisinde de hisse senetleri henüz istenilen seviyelerde değil. Ancak her iki konuda da çalışmalar sürüyor. Yatırımcı seferberliğinin bu sayıları artırmada önemli rol oynaması arzulanıyor. Dolayısı ile yatırımcı ilişkileri birimleri için gerek yerli gerekse yabancı yatırımcılar nezdinde önemli bir hedefleme ve planlama misyonu ortaya çıkıyor.

Yatırımcı ilişkileri birimlerinin en temel hedeflerinden birisi, yatırımcı tabanının genişletilmesi ve çeşitlendirilmesi. Hissede oynaklığın (volatilitenin) azaltılması amacıyla uzun vadeli yatırım yapan kurumsal yatırımcıların payının artırılması ise bir başka hedef. Türkiye'ye yatırım yapan fonların %70'e yakını büyüme fonları, %20'si ise değer fonları. Büyüme fonları daha büyük sermaye kazancı yaratma potansiyeli olan hisse senetlerine yatırım yapıyorlar. Gelir artışının hisse senedinin fiyatını yükselteceği beklentisinden hareketle hisse senedini ihraç etmiş olan şirketin gelecekteki gelirlerini tahmin etmeye çalışıyorlar. Değer fonları ise değeri göreceli olarak düşük kalmış olan hisse senetlerine odaklanıyorlar. Dolayısı ile yatırımcı tabanının genişletilmesi hedefi ile yola çıktığında ilk olarak şirketin hissedar tabanının iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekiyor. "Hangi fonlar hangi sebeplerle şirketinize yatırım yapıyor?" sorusunu iyi yanıtlayabilirseniz; hissedar tabanını genişletirken ne tür fonları hedefleyeceğinizi ve kullanmanız gereken mesajları da daha kolay tespit

edebilirsiniz. Hissedar tabanının analizinde fonların hangi çeşit olduğu kadar hangi coğrafyalarda yoğunlaştığına da bakmanız gerekir. Nitekim roadshow ve konferans programlarınızda bu analizler önemli ipuçları verecektir. Bu hafta Yaprak Hanım'ın roadshow'lar üzerine çok detaylı bir yazısı var. Mutlaka okumanızı tavsiye ederim.

Hissedar tabanının analizinde bazı veri tabanlarını kullanabilir, aracı kurumların halka açık şirketlerdeki yatırımcı ilişkileri birimleri ile çalışan birimlerinden yardım isteyebilir ya da detaylı bir analiz için danışmanlık alabilirsiniz. Nitekim veri tabanları bazı yatırımcılar için raporlama zorunluluğu olmadığından istediğiniz sonuçları yeterince detaylı ve doğru veremeyebilir. Şirketinizin hissedar tabanı gibi emsal gruplarınızın hissedar tabanlarını da iyi analiz etmenizi öneririm. Türkiye'ye ve sizin rakiplerinize (ya da benzer özellik taşıyan şirketlere) yatırım yapıp da size yapmayan fonlar hangileri? Bu fonlar sizin için önemli bir hedef haline gelebilir. Ayrıca sadece yerli değil yabancı emsal gruplarınızı da analiz etmenizi öneririm. Bazı sektörlerde özellikle ilgi duyan fonlar mevcut. Şirketinizin güçlü olduğu ve yatırımcısı için katma değer yaratacağını düşündüğünüz özelliklerini (büyüme ve yatırım planları, temettü politikası, kurumsal yönetim, sürdürülebilirlik vs) ortaya çıkararak; özellikle bu konularda duyarlı olan fonlarla proaktif olarak iletişim haline geçebilirsiniz. Tabi bu arada hedeflemede ve toplantı programlarınızda sadece yabancı fonları düşünmemelisiniz. Yerli ve sayısı artmakta olan kurumsal fonlar ve portföy yönetim şirketleri de hedef kitleleriniz arasında olmalı.

Bu hafta yatırımcı ilişkileri stratejik planlama çalışmaları kapsamında yatırımcı tabanının genişletilmesi için yatırımcı hedeflemesi ile yola çıktık. Bir sonraki sayımızda yatırımcı tabanının genişletmek amacıyla yapılabilecek diğer çalışmalarla konumuza devam edeceğiz...

Funda Güngör Akpınar

Yönetim Kurulu Başkanı

