



Ayşe Dirik
Anadolu Efes Yatırımcı İlişkileri Müdürü

TÜRKİYE VE DÜNYADA YATIRIMCI İLİŞKİLERİ UYGULAMALARI

Halka açık şirketlerde yatırımcı ilişkilerinin fonksiyonları ve bir şirkete katabilecekleri ülkemizde gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında yeni yeni anlaşılıyor, şirketlerimizde yatırımcı ilişkileri kültürü gelişmeye devam ediyor. Yatırımcı ilişkileri halka açık 400'den fazla şirketin bazıları için kanunlara uyum ile ilgili gereklilikleri yerine getirmek üzere var olması gereken bir bölüm gibi görünürken global anlamda ise bu fonksiyona bakışın bizdekinden oldukça farklı olduğu görülüyor.

Türkiye'deki pek çok halka açık şirkette kanuni düzenlemelere uyumdan sorumlu olmanın yanı sıra kurumsal yönetim, sürdürülebilirlik, kurumsal iletişim ve medya ilişkileri, yönetim kurulu sekreterliği gibi pek çok başka alandan da sorumlu olabilen bu departman yurt dışındaki meslektaşlarımız açısından ise yatırımcılarla ve analistlerle iletişime yoğunlaşmış durumda.

Çoğumuz için kısa vadede görev tanımlarımızda değişiklik olma olasılığı fazla olmasa da son dönemde bazı halka açık şirketlerde yatırımcı ilişkilerinin mevcut bazı sorumluluklarının farklı bazı bölümlerle paylaşılmaya başlandığını ve böylece de yatırımcı ilişkilerinin ağırlığı analist ve yatırımcılarla ilişkiler tarafına daha fazla kaydırma imkânına sahip olabildiğini gözlemliyoruz. Bu gruptaki şirketlerin yatırımcı ilişkileri fonksiyonuna sadece kanunlara uyum için var olması gereken bir departman gibi bakmadığı çok açık, burada esas amaç yatırımcı ilişkileri uygulamalarını dünya uygulamalarına yaklaştırmak.

Yatırımcı İlişkileri Derneği TÜYİD'in geçen yıl Eylül ayında düzenlediği anket çalışması da mevzuat düzenlemelerini beklemeksizin özellikle kurumsal yatırımcıları hedefleyen halka açık büyük şirketlerin bünyelerinde yatırımcı ilişkileri birimlerini çok önceden kurduklarını ve bu bölümün faydalarını uluslararası düzeyde yaşadıklarını gösteriyor. Elbette bu fonksiyona ciddi bütçeler de ayrılıyor.

Şirket yönetimlerinin yatırımcı ilişkilerine bakışı fonksiyonun gelişimi açısından en önemli kriterken bu bölüme ayrılan bütçeler de önemli faktörlerden bir diğeri. Bazı durumlarda hem çalışan sayısı hem de harcamalar anlamında sınırlı kaynakları olan yatırımcı ilişkilerinin kaynaklarını kullanırken önceliği düzenlemelere, uyuma vermesi de doğal. Anketten çıkan bir diğer çarpıcı sonuç ise halka açık şirketlerin %40'ının yurt dışında konferans ya da roadshow'lara hiç katılmadığı. Burada da yine büyük ölçüde kaynak sınırlamaları devreye giriyor olsa gerek.

Türkiye ve dünya uygulamalarını karşılaştırdığımızda görev tanımlarımızdaki farklılıkların bazı avantaj ve dezavantajları olabileceği görülüyor. Örneğin, kanuni düzenlemelere uyumdan sorumlu olmak elbette çok değerli bir tecrübe. Benzer şekilde farklı taraflarla farklı şekillerde de olsa hem yatırımcı ilişkileri hem de

kurumsal iletişim ve medya ilişkilerinin görev tanımı ortak, "iletişim". Ülkemiz için son yıllarda gündemimizde giderek daha fazla yer alan konular olan kurumsal yönetim ve sürdürülebilirlik alanlarının ise yine dünya uygulamalarıyla kıyaslandığında 10 yıl öncesine göre çok yol katetmiş olsak da kendimizi geliştirebileceğimiz alanlardan olduğu aşıkâr.

Diğer taraftan bu konuların her birinin başlı başına oldukça zaman alan ve uzmanlık gerektiren konular olduğu düşünüldüğünde belki de yıllar içinde Türkiye'de de bir değişim yaşanacak ve yatırımcı ilişkileri bu konuların bazılarını bu konularda uzmanlaşacak ayrı departmanlara devredecek. Böylece bu tür konulardaki rolü daha çok çalışmaları koordine etmeye ve yapılan çalışmaların iletişimini gerçekleştirmeye dönüşecek.