



Çiçek Uşaklıgil Özgüneş  
Anadolu Efes Biracılık ve Malt San. A.Ş.  
Yatırımcı İlişkileri ve Hazine Direktörü

## **YATIRIMCI İLİŞKİLERİNDE SIK YAPILAN HATALAR**

Bundan beş veya on sene öncesine kıyasla günümüzde Yatırımcı İlişkileri'nin önemine yönelik farkındalığın arttığı, şirketlerin gerek kanuni zorunluluklar gerekse de sermaye piyasalarından en etkin şekilde faydalanmak arzusu ile Yatırımcı İlişkileri birimleri oluşturdukları veya var olan birimleri güçlendirip daha aktif bir hale getirdikleri bir gerçek. Mevcut ve potansiyel yatırımcılara şirket hakkında zamanında, doğru ve tutarlı bilgi sunulması, bilgi akışının çift yönlü olarak devam ettirilerek yatırımcı taleplerinin yönetime ve yönetim kuruluna aktarılması, azınlık hissedarların haklarının gözetilmesi muhakkak ki şirketin piyasadaki güvenilirliğini olumlu olarak etkilemekte ve şirketin adil piyasa değerine kavuşmasında etkili olmaktadır.

Yatırımcı ile ilişkide temel doğrular, en iyi uygulamalar olduğu gibi bu konuda en iyi şirketlerin bile zaman zaman düştüğü ve sık tekrarlanan hatalar da bulunmaktadır. Bu yazıda, hepimizin çok iyi bildiği iyi uygulamalara değinmektense kendi gözlemlerim, verilen geri bildirimler ve okuduklarıma dayanarak Yatırımcı İlişkileri birimlerinin en sık yaptığı hatalardan bahsetmek istedim.

### **HATA 1: ZOR ZAMANLARDA YATIRIMCI İLE İLİŞKİYİ KESMEK VEYA AZALTMAK**

Her şirketin iyi ve kötü dönemleri, güçlü ve zayıf yönleri olması kaçınılmazdır. İşler şirkete veya sektöre özel, makroekonomik, jeopolitik veya politik birçok sebeple kötü gidebilir. Böyle zamanlarda yatırımcı ile teması azaltmak en sık yapılan hatalardan birisidir. Hava güneşliyen yatırımcı ile konuşmak kolaydır ama maharet kötü zamanda yatırımcının karşısına çıkıp sıkıntıları, bunlara yönelik çözüm planlarını ve alınan aksiyonları anlatabilmektir. Yatırımcılar gözünde kötü zamanda Yatırımcı İlişkileri faaliyetlerine devam etmiş ve hatta arttırmış şirketlerin yeri çok daha sağlamdır.

### **HATA 2: SADECE RESMİN GÜZEL YÖNÜNÜ GÖSTERMEYE ÇALIŞMAK**

Benzer bir konu da tam kapsamlı şeffaflık sağlamaya yöneliktir. Kimse kötü haber vermek istemez. Doğal olarak şirketin güçlü yönlerini, büyüyen hacimleri, artan kârlılığı anlatmak herkesin severek yapacağı bir iştir. Ama her zaman güzel haber olmayabilir, bir yerde büyük bir hata yapılmış olabilir veya işleri etkileyecek bir sıkıntının sinyalleri alınmaya başlamış olabilir. Şirket yöneticileri ve Yatırımcı İlişkileri temsilcileri bazen bu tür negatif haberlerin iletişiminden kaçınmakta, ancak çok geç ve kaçınılmaz olduğunda bu konulardan bahsetmektedirler. Oysa ki yatırımcıların riskleri bilmeye hakkı vardır. Ticari sır kapsamına girmeyen her türlü risk ve olumsuz gelişme yatırımcılarla doğru ve eş zamanlı bir şekilde paylaşılmalıdır ki Yatırımcı İlişkileri biriminin ve yönetimin yatırımcı gözünde bir kredibilitesi olsun. Yatırımcılar kötü haberi sevmez ama daha çok sevmedikleri şey kendilerinden bir şeyler saklayan şirketlerdir.

### **HATA 3: PİYASA BEKLENTİLERİNİ FAZLA KONSERVATİF YÖNLENDİRMEK**

Hiç bir analist veya küçük yatırımcı, şirketi kendi yönetimi kadar iyi bilemez. Dolayısıyla şirkete bir değer biçerken kendi beklentileri kadar yönetimin verdiği yönlendirmelere dayanmaktadırlar. Yatırımcı İlişkileri

birimlerinin önemli görevlerinden birisi beklentiyi yönetmektir. Bazen şirketler yapabileceklerinden daha kötümser beklentiler ile kendilerini garanti altına almak, diğer bir tabir ile yatırımcıya mahcup olmamak istemektedirler. Bu yüzden beklentileri fazla konservatif verebilmektedirler. Oysaki beklentiyi aşağı veya yukarı doğru çekmek değil, gerçeğe mümkün olduğu kadar yaklaştırmak temel amaç olmalıdır. Bir şirketin sürekli analist beklentilerinin üzerinde performans göstermesi bile bir noktadan sonra doğru yönlendirme yapamadığını işaret edeceği için Yatırımcı İlişkileri'ne olan güveni sarsacaktır.

#### **HATA 4: YATIRIMCIYI TANIMAMAK**

Maalesef pek çok şirket halka açık kısmı içerisindeki yatırımcıların tam olarak kim olduğu, ne kadar zamandır bu hisseyi tuttuğu, beklentisinin ne olduğu gibi temel bilgilere sahip değildir. Tanımadığınız bir topluluğa verebileceğiniz mesaj da ancak çok jenerik ve az katma değerli olacaktır. Bazı yatırımcılar büyüme, bazıları değer odaklı olup, kimi kısa vadeli kimi uzun vadeli yatırım planlamakta, buna göre erişmek istediği bilgi farklı olabilmektedir. Ayrıca bazı yatırımcılar hisse, bazıları borç yatırımcısı olup, odaklandıkları finansal göstergeler tamamen farklı veya zıt olabilir. Şirketlerin yatırımcısını tanıması hem onlara vereceği bilgilerin işe yarar olacağından emin olmasına, hem yatırımcı beklentilerinin yönetim ve yönetim kurulu nezdinde değerlendirilmesi sırasında bir denge kurulmasına hem de açıklanacak sonuçların hisse üzerinde nasıl bir etkisi olacağını kestirebilmesinde önem taşımaktadır.

Sözün özü, şirket değerine etki eden en temel iki nokta performans ve algı olup, uzun vadeli ve sürdürülebilir değer yaratımında algının rolü giderek daha çok finansal performansın önüne geçmektedir. Bu sebeple Yatırımcı İlişkileri'nin en iyi uygulamaların peşinde koşarken bir yandan da sık yapılan hatalar tuzağına düşmemek için çaba sarf etmesi yerinde olacaktır.