



İlkiz Karagüllü
Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş.
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Kurumsal İtibar Yönetiminde Yatırımcı İlişkileri'nin Rolü

Şirketler için önemli stratejik konulardan biri olarak görülen kurumsal itibar, artan rekabet ortamı nedeni ile her geçen gün önem kazanmaya devam ediyor. Şirketler, önceki yıllarda geçmiş ile mevcut durumu yansıtan “büyük” olmak kavramını ön planda tutarken, günümüzde, gelecek için güven olgusunu ifade eden “tercih edilen” olmak kavramına daha fazla önem vermeye başladılar.

Peter Sheldon Green, “Şirket Ününü Korumanın Yolları” adlı kitabında, kurumsal itibarı; “şirketin defter değeri ile piyasa değeri arasındaki farkın önemli bir bölümü” olarak tanımlamıştır. ABD’li işadamı Warren Buffet da çalışanlarına; “Eğer kötü bir karar sonucunda firmanın parasını kaybederseniz çok anlayışlı olabilirim, fakat firma bu kararınız sonucunda itibar kaybederse son derece zalim olurum” diyerek şirketler için itibarın maddi değerlerden çok daha önemli olduğunu vurgulamıştır. Bu çerçevede, kurumsal itibar, şirketin en önemli sermayesi olarak değerlendirilmelidir.

Sürdürülebilir rekabet gücünün ve karlılığın temel göstergelerinden biri olan kurumsal itibar, şirketlerin iş sonuçları üzerinde de doğrudan etkiye sahiptir. İtibarın, şirkete kattığı değer ile ilgili yapılan araştırmalara göz attığımızda çok değerli bulgular karşımıza çıkıyor.

- Kurumsal itibardaki %1’lik artış, ürün ve hizmetlerinin tüketici tarafından tercih edilmesine de %6’lık, şirketin piyasa değerine %3’lük katkı sağlıyor.
- Finansal göstergelerinde hiçbir değişiklik olmaksızın, kurumsal itibar, bir şirketin sermaye piyasasında işlem gören hisse senetlerinin değerini %15 oranında etkileyebiliyor.
- Kurumsal itibarına yatırım yapan şirketler;
 - Daha kolay yatırımcı kazanma, finansal piyasalarda kredibilite yükseltme olanağına sahip olabiliyor,
 - Diğer şirketlere kıyasla 3 kat daha fazla ortak olarak seçilme şansına sahip olabiliyor,
 - Ürün ve hizmetlerini müşterilerine 7 kat daha iyi fiyatla satabiliyor,
 - İnsan kaynakları açısından, çalışılacak yer olarak 4 kat daha fazla tercih ediliyor,
 - Herhangi bir kriz durumunda kendini 1,5 kat daha kolay affettirebiliyor ve itibar zedeleyici bir hatada hedef kitlesi nezdinde daha fazla tolerans görüyor.

Günümüzde, yatırımcılar bir kurumun finansal sonuçlarının yanı sıra, şirketin nasıl iş yaptığını, neye inandığını bilmek istiyor ve sorguluyorlar. Bu nedenle kurumların stratejilerini, değerlerini, sosyal sorumluluk çalışmalarını sadece ilgilenen yatırımcılar ile sınırlı olmamak üzere tüm paydaşları ile eşit ve tutarlı bir şekilde paylaşımları zorunluluk haline gelmiştir.

Şirketin, finans piyasası ve paydaşları ile kuracağı uzun dönemli şeffaf ve karşılıklı ilişki, kurumsal imajın belirlenmesinde büyük rol oynar. İtibar yönetimi ile ilgili sorumluluğun, etkin bir şekilde üst yönetim tarafından yürütülmesi gereklidir. Stratejik bir rol olan, şirket ile yatırımcılar arasında güvene dayanan bir köprü görevini üstlenen yatırımcı ilişkileri; tüm iletişim stratejilerinde tamamlayıcı ana parçalardan biri konumunda olmalıdır. Üst yönetimden sürekli bilgi akışı burada önemli bir kriterdir.

Hem kurumsal itibar iletişimi hem de yatırımcı ilişkileri iletişim döngüsünü belli bir standarda oturtan şirketlerin, itibar algısı yüksek olarak ilk sıralarda yer alan ve en beğenilen şirketler olduğunu görüyoruz.

Dünyanın önde gelen fon yöneticileri yatırım yapacakları şirketler ile ilgili yaptıkları incelemede ilk aşamada finansal verilere bakıyorlar. Ancak nihai yatırım kararını alabilmek için fon yöneticilerinin %86'sı şirketlerin piyasada yarattığı imaja ek olarak, yönetim birimlerinin kalitesini de sorguluyorlar. Bu çerçevede, kurumsal itibar, finansal risklerin minimize edilmesi açısından yatırımcıların önemsendiği konular arasında yer alıyor. Güçlü kurumsal itibara sahip şirketler, krizleri yönetmede daha başarılı olmakla beraber krizler meydana geldiğinde ise nispeten düşük finansal kayıplarla yaşamlarını sürdürmeye devam edebiliyorlar. Bunun sonucu olarak da, güçlü kurumsal itibara sahip şirketlerin daha fazla yatırımcı çektiği ve itibarı yüksek şirketlerin yatırımcılar tarafından da bir güvence olarak algılandığını görüyoruz.

Bir şirket, ancak yatırımcılar yapılan işe ve şirket yönetimine güven duyduklarında sermaye çekebilir. Piyasaya doğru ve zamanında bilgi akışını sağlayan, güven yaratabilen sistematik bir yatırımcı ilişkileri programı uygulamak da yatırımcılara ulaşmanın en etkin yoludur.

Kurum itibarı üzerindeki etkileri dolayısıyla, doğru strateji ile yönetilen yatırımcı ilişkileri uygulamaları;

- Şirketin piyasa değerinin ve işlem hacminin artmasına,
- Sermaye maliyetinin düşmesine,
- Hisse senedi fiyatının şirketin gerçek değerini yansıtmasına,
- Şirketin büyüme modelinin ve gelecekteki fırsatların iyi anlaşılmasını sağlayarak uzun vadeli kurumsal yatırımcıların sayısının artmasına,
- Finans kesiminde şirketin bilinirliğinin artmasına önemli katkılar sağlar.

İtibarınızın daim olması dileğiyle...