

Komunikacja spółek z inwestorami indywidualnymi

Akcjonariat Obywatelski
Inwestuj świadomie



Raport TNS Polska
czerwiec 2015

Podstawowe informacje o badaniu



Temat: Badanie Inwestorów Indywidualnych



Klient: Ministerstwo Skarbu Państwa



Wykonawca: TNS Polska



Metodologia: CAWI (wywiad internetowy)



Czas trwania wywiadu: 10 minut



Termin realizacji: 19 maja – 15 czerwca 2015



Wielkość próby: N = 273



Respondent: Inwestorzy indywidualni posiadający lub planujący zakup akcji na Giełdzie Papierów Wartościowych

Podsumowanie

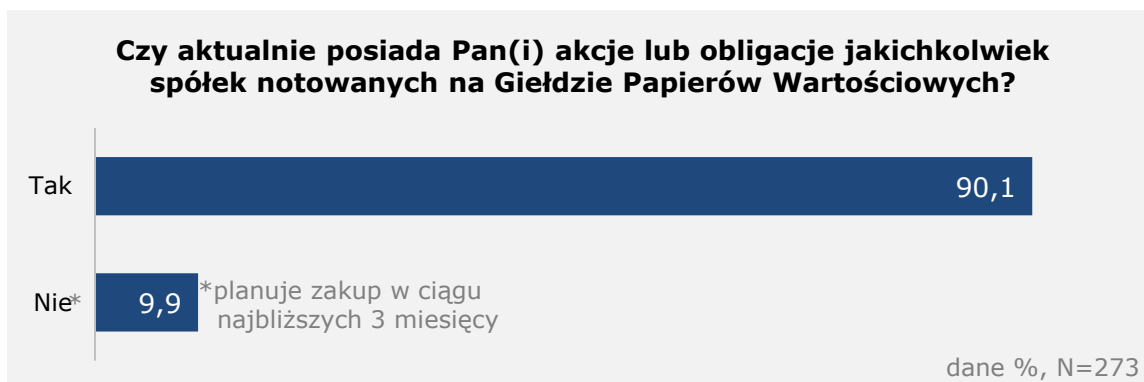
- Dla większości inwestorów indywidualnych inwestowanie w akcje lub obligacje stanowi dodatkowe źródło dochodu. Większość z nich na zajmowanie się inwestowaniem poświęca co najmniej kilka godzin tygodniowo, a swoje kompetencje ocenia przeciętnie (średnia ocena 5,3 na skali 1-10). Ponad połowa badanych inwestuje środki wartości 25 tysięcy złotych i więcej.
- Na tle ogółu spółek notowanych na giełdzie inwestorzy wyżej oceniają relacje inwestorskie prowadzone przez spółki, które posiadają w portfelu. Poprawy wymagają takie aspekty jak łatwość odnalezienia, zakres czy zrozumiałość informacji przekazywanych przez spółki, których średnia ocena kształtuje się na poziomie 5,5.
- Inwestorom indywidualnym najczęściej zdarza się korzystać ze sprawozdań/wyników finansowych spółek, ich notowań historycznych i polityki dywidendowej. To pierwsze źródło jest też deklarowane jako najważniejsze, natomiast mimo tak przedstawionej hierarchii korzystania z poszczególnych źródeł informacji, okazuje się, że jako ważniejsze ocenione zostały perspektywy rozwoju i strategia przedsiębiorstw, w których akcje inwestują.
- Podczas podejmowania decyzji odnośnie zakupu lub sprzedaży posiadanych papierów wartościowych inwestorzy indywidualni najczęściej korzystają ze stron internetowych oraz czasopism branżowych. Ponad połowa decyduje się również na lekturę newsletterów spółek. Inwestorzy są mniej chętni do uczestnictwa w spotkaniach czy konferencjach. Udział w Walnych Zgromadzeniach deklaruje jedynie 11,4% z badanych. Z drugiej strony ponad połowa z osób, które nie uczestniczyły do tej pory w WZA twierdzi, że chętnie wzięłaby w nim udział, gdyby spółka relacjonowała przebieg online.
- Inwestorzy chętnie deklarują potrzebę publikacji bardzo szerokiego zakresu informacji przez spółki. Co ciekawe, przy określonym koszcie udostępnienia rozbudowanych relacji inwestorskich najsilniej rosną ich wymagania odnośnie publikacji udziałów w rynku, na którym działa spółka, warunków współpracy z głównymi dostawcami, nazw i warunków współpracy z głównymi dostawcami oraz kontrahentami/klientami.
- Na podstawie pytań demograficznych możemy podjąć próbę stworzenia profilu przeciętnego inwestora. Jest to mężczyzna z wykształceniem wyższym mieszkający w miejscowości powyżej 100 tysięcy mieszkańców.

Spis treści

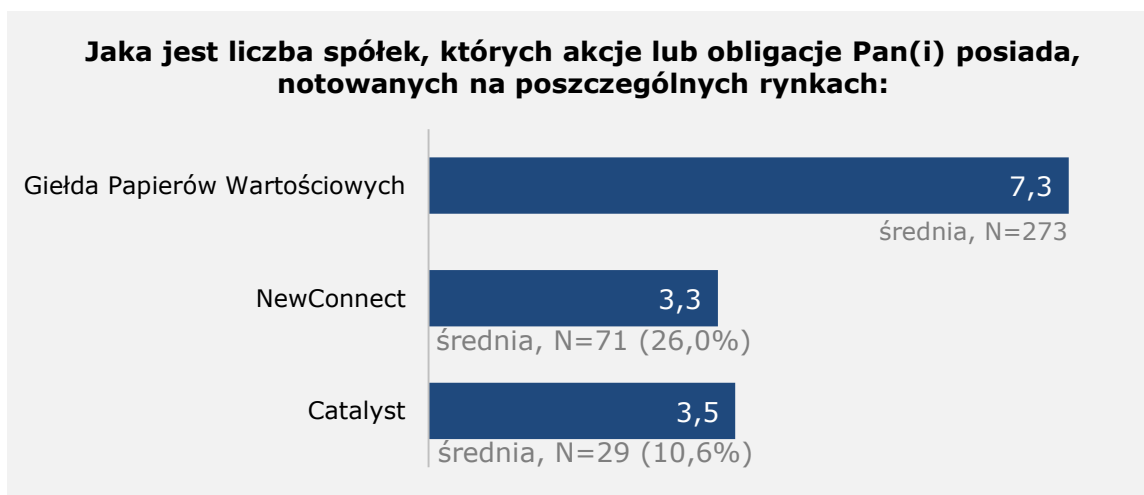
I.	CHARAKTERYSTYKA INWESTORA I PORTFELA INWESTYCYJNEGO	5
II.	RELACJE INWESTORSKIE – ROZUMIENIE POJĘCIA I OCENA ZJAWISKA	10
III.	INTERAKCJE ZE SPÓŁKĄ	17
	A. KONTAKT TELEFONICZNY/MAILOWY	17
	B. WALNE ZGROMADZENIA	20
	C. DNI OTWARTE	21
	D. MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE	21
	E. POLITYKA DYWIDENDOWA	22
IV.	ELASTYCZNOŚĆ CENOWA INWESTORA WZGLĘDEM RELACJI INWESTORSKICH	23
V.	CO SPÓŁKI POWINNY PUBLIKOWAĆ?	24
VI.	METRYCZKA	25

I. CHARAKTERYSTYKA INWESTORA I PORTFELA INWESTYCYJNEGO

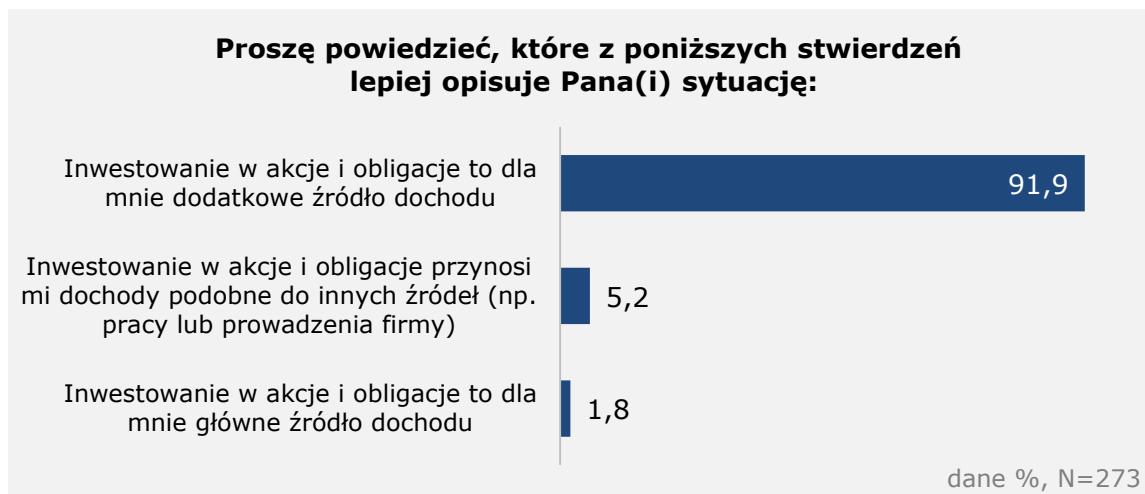
Warunkiem uczestnictwa w badaniu było posiadanie lub planowanie zakupu papierów wartościowych spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych. Jedynie co dziesiąty respondent nie posiada takich akcji lub obligacji, natomiast planuje ich zakup w ciągu najbliższych trzech miesięcy.



Co ciekawe, na Giełdzie Papierów Wartościowych inwestorzy indywidualni posiadają zwykle dość rozbudowany portfel składający się przeciętnie z akcji siedmiu spółek. Jeśli rozważamy rynki NewConnect czy Catalyst średnia ta jest znacząco niższa (odpowiednio 3,3 i 3,5) i wiąże się to z niższą popularnością tych rynków wśród inwestorów indywidualnych. Inwestycjami na rynku NewConnect zajmuje się jedynie co czwarty inwestor, a na rynku Catalyst jedynie co dziesiąty. Średni staż inwestorów indywidualnych na giełdzie to około 6 lat i 10 miesięcy.



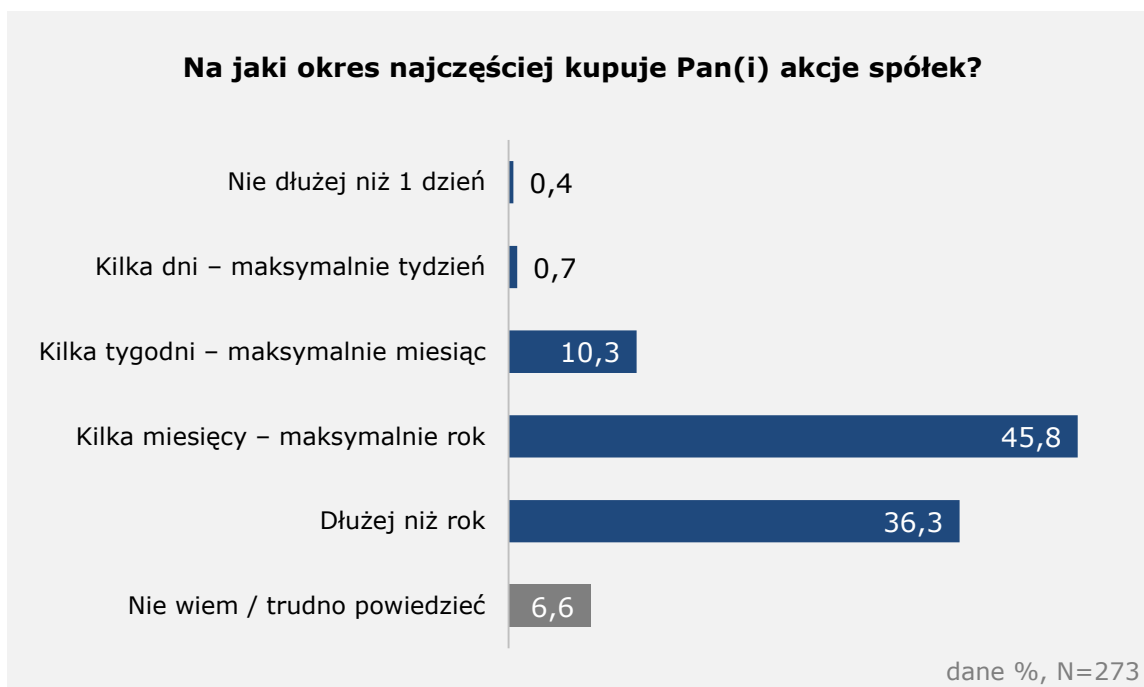
Dla zdecydowanej większości inwestorów indywidualnych inwestowanie w akcje i obligacje stanowi dodatkowe źródło dochodu. Co dwudziesty z nich deklaruje, że inwestycje te przynoszą mu dochody podobne do tych uzyskiwanych z innych źródeł jak praca czy prowadzona działalność gospodarcza. Jedynie dla 1,8% przebadanych inwestycje w akcje i obligacje stanowią główne źródło dochodu.



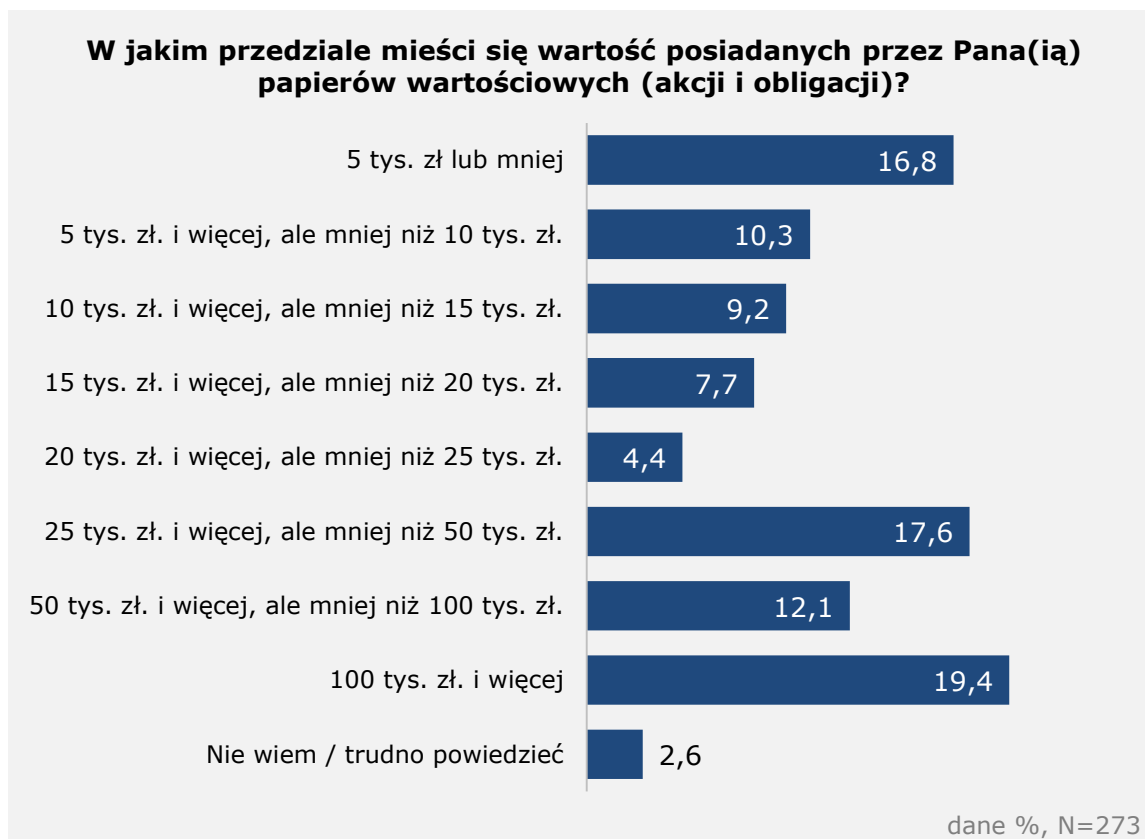
Połowa inwestorów poświęca dziennie godzinę i więcej na zajmowanie się czynnościami, jakie wykonują planując i realizując transakcje na rynku papierów wartościowych. Co piąty spędza na tym zajęciu kilka godzin w tygodniu. Warty odnotowania jest fakt, że jedynie wśród grupy spędzającej na zajmowaniu się inwestowaniem w akcje więcej niż jedną godzinę dziennie znajdują się inwestorzy, dla których akcje i obligacje stanowią główne źródło dochodu i jest ich w niej około 7%.



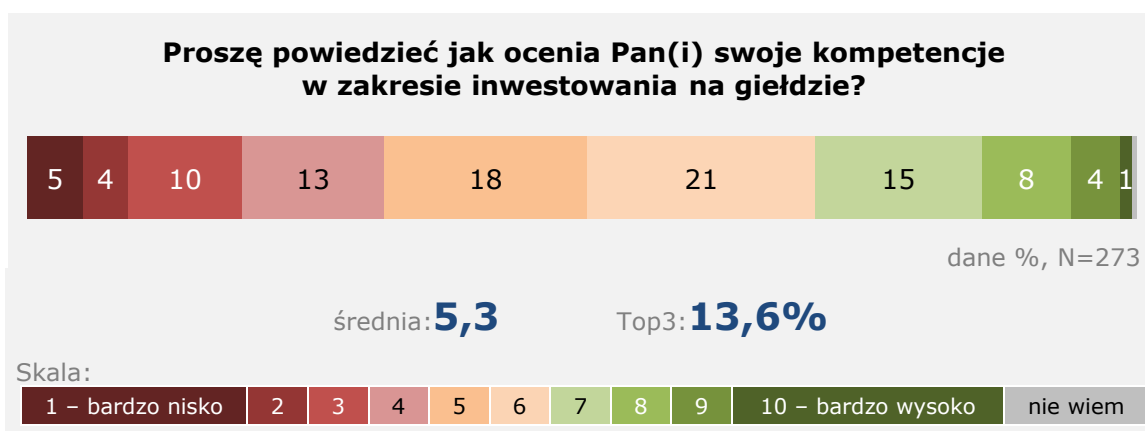
Inwestorzy indywidualni zainteresowani są inwestycjami o dłuższym horyzoncie czasowym. Niemal trzy czwarte z nich kupuje najczęściej akcje spółek na okres kilku miesięcy i dłużej. Im mniej czasu inwestorzy poświęcają na zajmowanie się inwestowaniem, tym bardziej wydłuża się okres, na jaki kupują akcje. Największa zmiana jest tutaj obserwowalna dla okresów „kilka miesięcy – maksymalnie rok” oraz „dłuższej niż rok”, gdzie kumuluje się największy odsetek inwestorów. W przypadku poświęcania więcej niż 1 godzinę dziennie na inwestowanie dla tych dwóch kategorii otrzymujemy proporcję 2:1. Gdy przyjrzymy się inwestorom, którzy poświęcają na przygotowanie do transakcji nie więcej niż godzinę w miesiącu proporcja ta wynosi już 1:3.



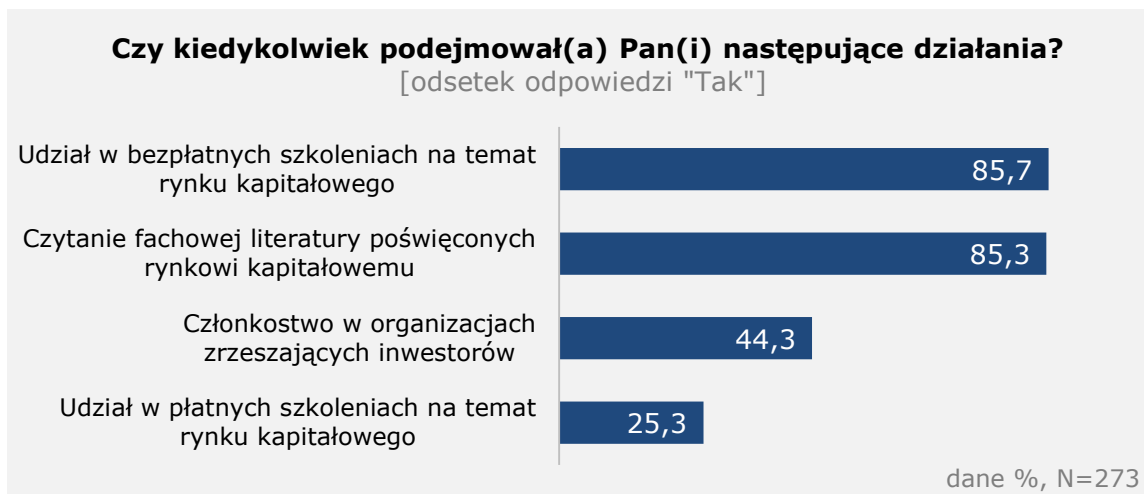
Analizując strukturę wartości posiadanych papierów wartościowych warto zwrócić uwagę na jej duże rozdrobnienie. Wśród wymienionych należy zwrócić uwagę na dość liczną grupę inwestorów o najniższej wartości papierów, czyli do 5 tysięcy złotych, którzy stanowią niemal 17% ogółu. Jednak największa grupa to osoby inwestujące 25 tysięcy złotych i więcej. Zauważalny jest tutaj wpływ czasu poświęcanego na zajmowanie się inwestycjami oraz zakres czasowy inwestycji – wartość posiadanych papierów wartościowych rośnie wprost proporcjonalnie do obu tych zmiennych.



Poproszeni o ocenę własnych kompetencji w zakresie inwestowania na giełdzie inwestorzy indywidualni ocenili się stosunkowo nisko. Na skali 1-10 ich średnia ocena wyniosła jedynie 5,3. Top3 (suma wskazań 8-10) ich odpowiedzi to tylko 13,6%.

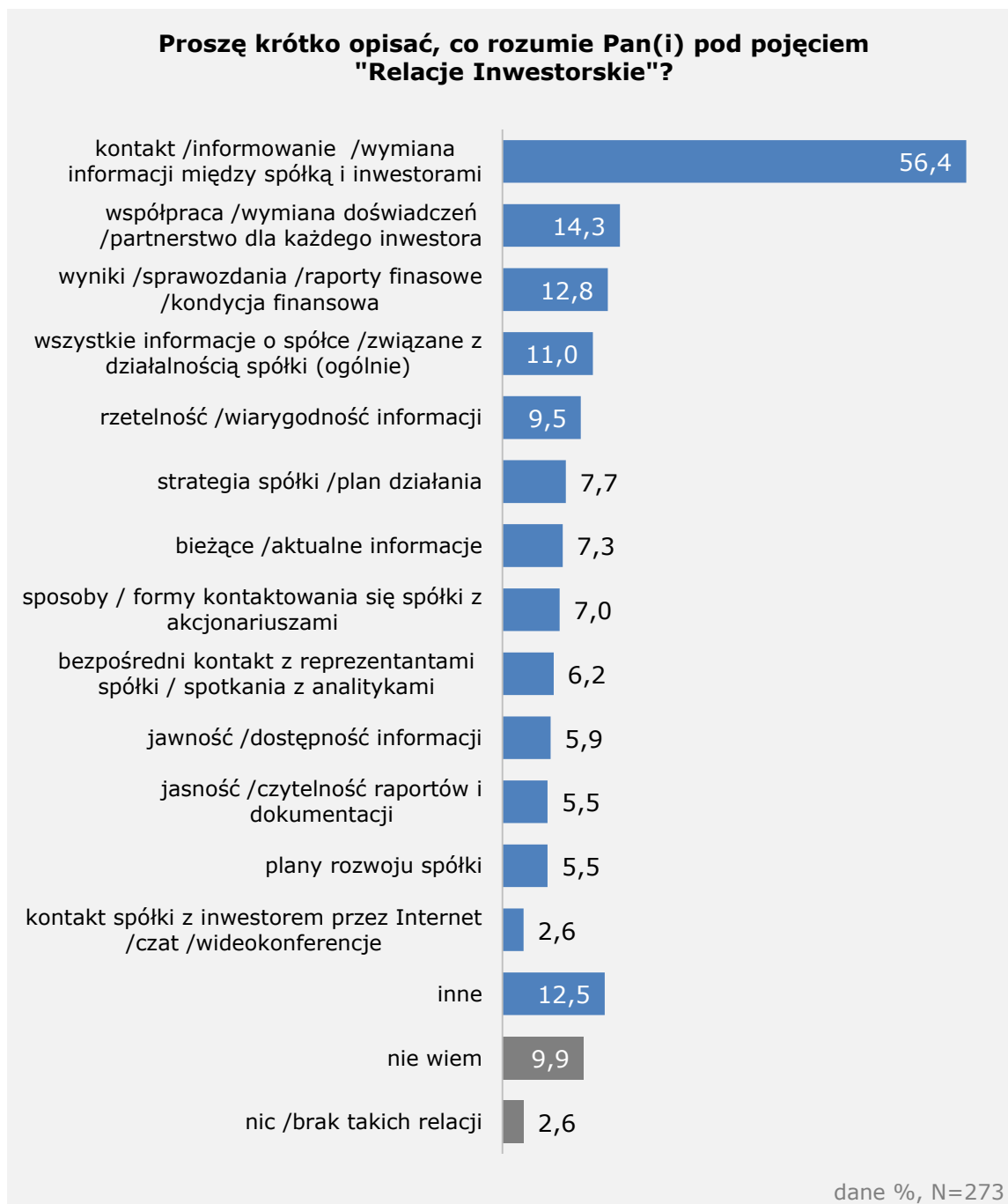


Większość inwestorów deklaruje uczestnictwo w bezpłatnych szkoleniach oraz lekturę fachowej literatury. Blisko co drugi z nich jest członkiem organizacji zrzeszających inwestorów. Jedynie co czwarty bierze udział w płatnych szkoleniach na temat rynku kapitałowego. Temat ten nie został pogłębiony w badaniu, ale warto w przyszłości zidentyfikować przyczyny takiego stanu rzeczy.

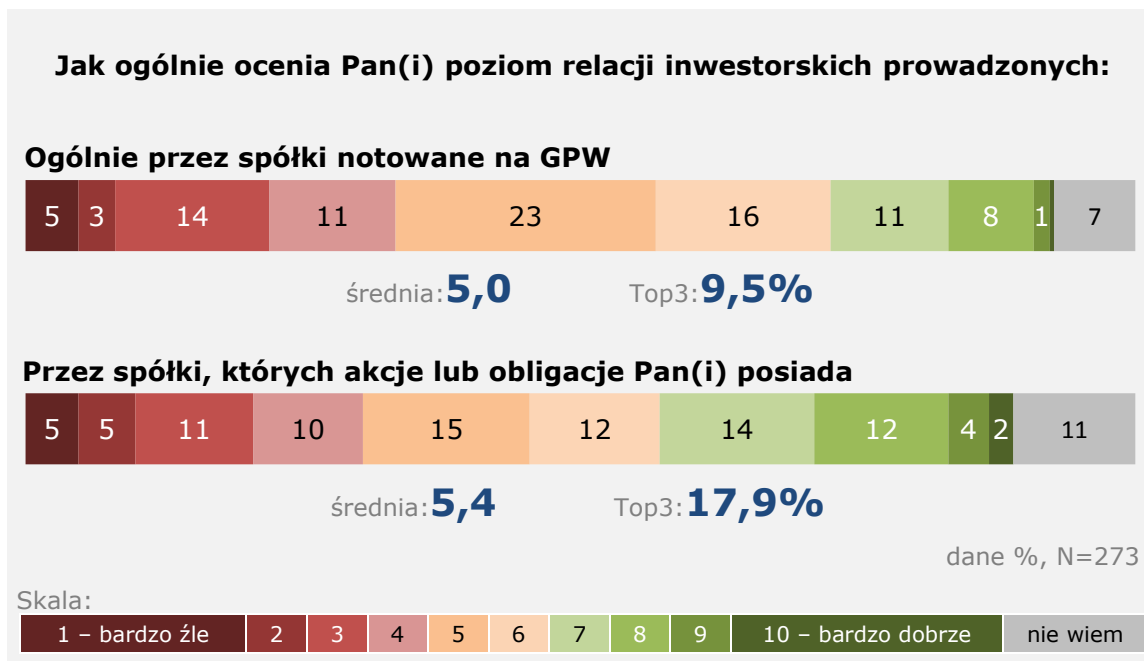


II. RELACJE INWESTORSKIE – ROZUMIENIE POJĘCIA I OCENA ZJAWISKA

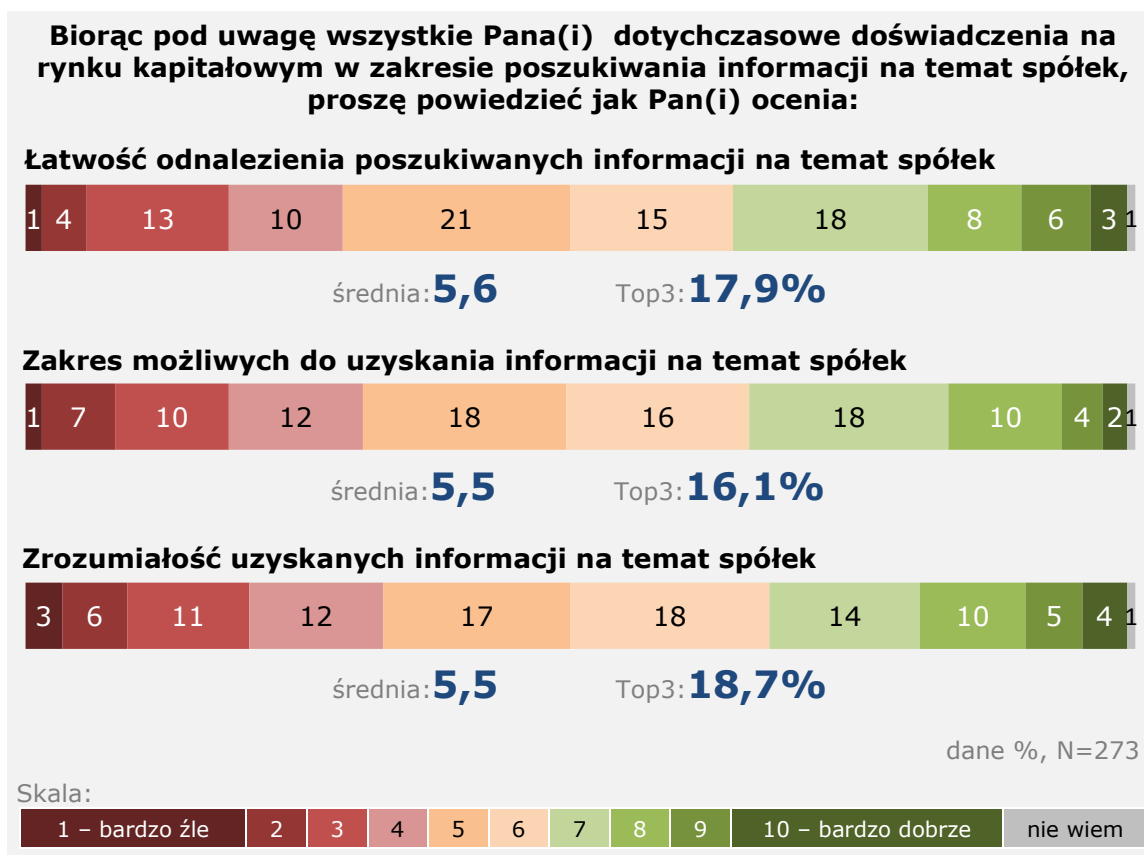
Inwestorzy indywidualni najczęściej jako „Relacje Inwestorskie” rozumieją kontakt, informowanie czy wymianę informacji między spółką i inwestorami. Co ważne, podkreślają oni często, że dotyczy to zarówno aktualnych jak i przyszłych akcjonariuszy. Stwierdzenie w podobnym tonie uplasowało się na drugim miejscu pod względem częstości wymieniania – współpraca, wymiana doświadczeń partnerstwo dla każdego inwestora (małego jak i dużego!) to wskazanie niemal co siódmego badanego. Kolejne miejsca to już konkretne informacje poszukiwane przez inwestorów, ale także takie ich cechy jak wiarygodność, aktualność czy czytelność.



Na tle ogółu spółek notowanych na GPW inwestorzy indywidualni istotnie wyżej oceniają poziom relacji inwestorskich prowadzonych przez spółki, których akcje lub obligacje posiadają w swoim portfelu. Przyczyny takiej oceny mogą być dwojakie. Pierwsza możliwość, to wybór do własnego portfela spółek, które prowadzą rozbudowane relacje inwestorskie. Świadczyłoby to o opłacalności rozszerzenia tych działań przez spółki i wzroście ich potencjału wśród inwestorów. Druga, bardziej przyziemna, możliwość to brak znajomości prowadzonych relacji przez spółki, których inwestorzy nie posiadają w swoim portfelu.



Nieznacznie wyżej inwestorzy oceniają szczegółowe aspekty dotyczące swoich dotychczasowych doświadczeń na rynku kapitałowym w zakresie poszukiwania informacji na temat spółek, czyli: łatwość odnalezienia poszukiwanych informacji na temat spółek, zakres możliwych do uzyskania informacji oraz ich zrozumiałość. Mimo wszystko oceny te, z Top3 kształtującym się na poziomie 16-18%, nie są satysfakcjonujące i wymagają dalszych prac ze strony spółek.



Jeśli chodzi o źródła informacji, inwestorzy indywidualni najczęściej korzystają z publikowanych wyników/sprawozdań finansowych oraz notowań historycznych. Nieco rzadziej sięgają do polityki dywidendowej oraz rekomendacji analityków. Co ciekawe, najrzadziej deklarują zainteresowanie działalnością społeczną i charytatywną firmy, a jedynie co siódmy inwestor sięga do informacji na temat programów lojalnościowych dla akcjonariuszy oferowanych przez spółki.

Poniżej znajduje się lista różnych źródeł informacji, z których korzystać mogą inwestorzy indywidualni, tacy jak Pan(i). Proszę wskazać te źródła, z których zdarzyło się Panu(i) kiedykolwiek korzystać.

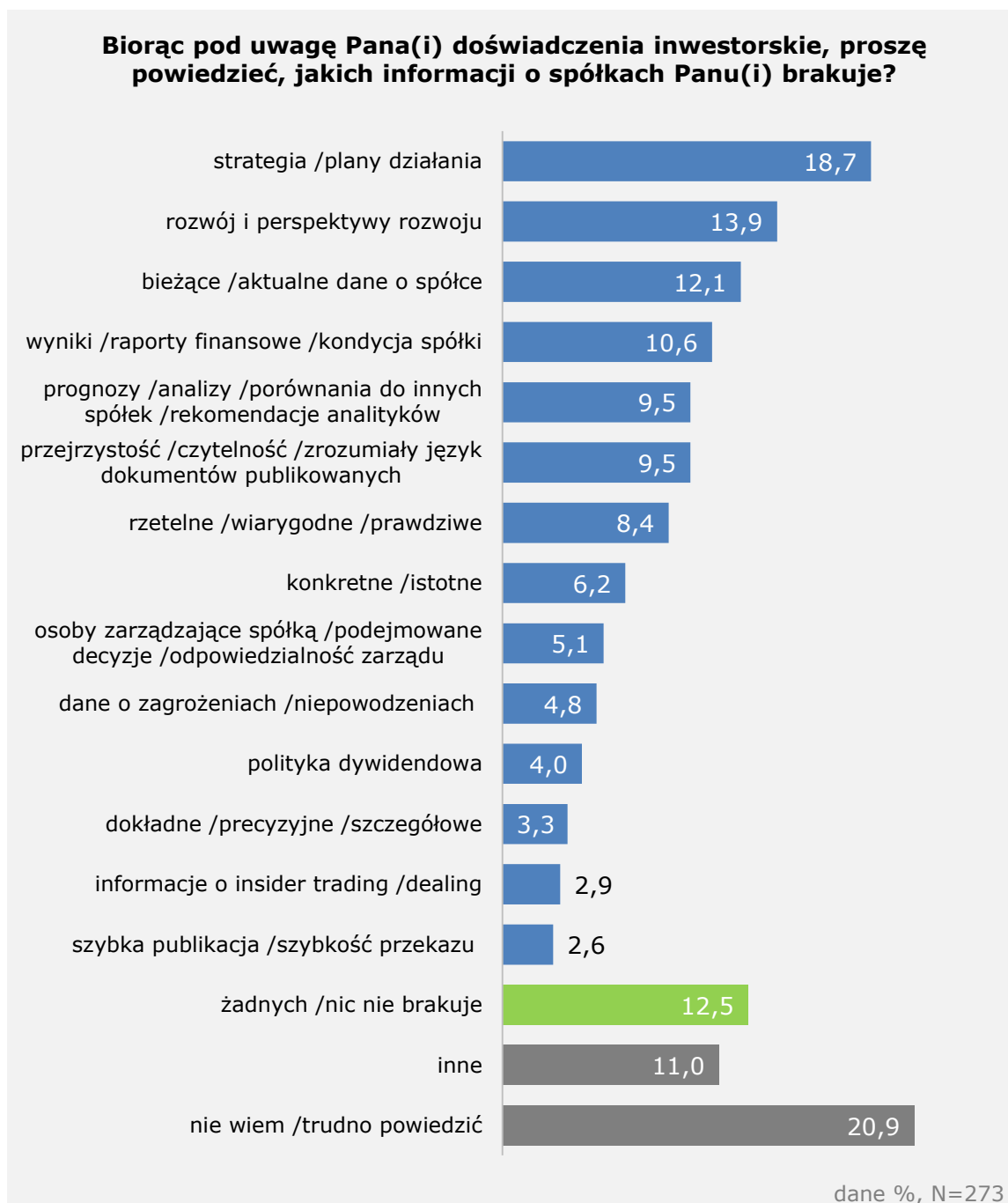


Gdy poprosiliśmy inwestorów o hierarchizację źródeł informacji, z których mogą korzystać za najważniejszy uznali wynik finansowy/sprawozdania finansowe. Na kolejnych miejscach uplasowały się perspektywy rozwoju spółki oraz strategia przedsiębiorstwa. Co ciekawe, mimo że inwestorzy deklarują je jako najważniejsze, jedynie co drugi z nich korzysta z tych dwóch źródeł informacji.

Poniżej znajduje się lista różnych źródeł informacji, z których korzystać mogą inwestorzy indywidualni. Proszę wskazać, które z tych źródeł jest dla Pana(i) najważniejsze, a które najmniej ważne.



Co ósmy inwestor indywidualny twierdzi, że nie brakuje mu żadnych informacji o spółkach. Jeśli już zauważają jakieś braki, to wśród trzech najczęściej brakujących informacji wymieniają oni strategię/plany działania, rozwój i perspektywy rozwoju oraz aktualność danych o spółce. Co interesujące, problem nie leży tylko w braku konkretnych danych czy ogólnie źródeł ich pozyskiwania, ale także w braku ich wiarygodności, precyzyjności, szybkości przekazu czy wcześniej już podkreślanej czytelności.



Przy podejmowaniu decyzji o zakupie lub sprzedaży akcji lub obligacji inwestorzy zwykle skupiają się na analizie treści internetowych lub mediów branżowych. Co czwarty decyduje się na udział w audio- lub wideokonferencji organizowanej przez spółkę, a co piąty - na udział w spotkaniach grupowych. Jedynie co dziesiąty badany zadeklarował chęć udziału w spotkaniach indywidualnych z przedstawicielami spółek.

Proszę pomyśleć o tym, jak do tej pory podejmował(a) Pan(i) decyzje o zakupie lub sprzedaży akcji lub obligacji poszczególnych spółek. Czy w trakcie procesu decyzyjnego wykonywał(a) Pan(i) następujące działania:



dane %, N=273

III. INTERAKCJE ZE SPÓŁKĄ

A. KONTAKT TELEFONICZNY/MAILOWY

Wśród 16% inwestorów, którzy podjęli kiedykolwiek kontakt telefoniczny lub mailowy z przedstawicielami spółek, średnia ilość kontaktów w ostatnim kwartale to 2,7.

Wspomniał(a) Pan(i), że kontaktował(a) się Pan(i) telefonicznie/mailowo z przedstawicielami spółki. Ile razy w ciągu ostatniego kwartału zainicjował(a) Pan(i) taki kontakt?

średnia: **2,7**

N=45

Najczęściej wystosowywali oni zapytanie pod wskazany ogólny kontakt dla inwestorów (51,1%). W trzech na dziesięć przypadków zapytanie kierowane było do imiennie wskazanej osoby wraz z bezpośrednim numerem telefonu/adresem e-mail.

Do kogo wystosował(a) Pan(i) to zapytanie?

Pod wskazany ogólny kontakt dla inwestorów
(nie imienny)

51,1

Do imiennie wskazanej osoby wraz z
bepośrednim numerem/adresem e-mail

28,9

Do imiennie wskazanej osoby wraz z
ogólnym numerem telefonu/adresem e-mail

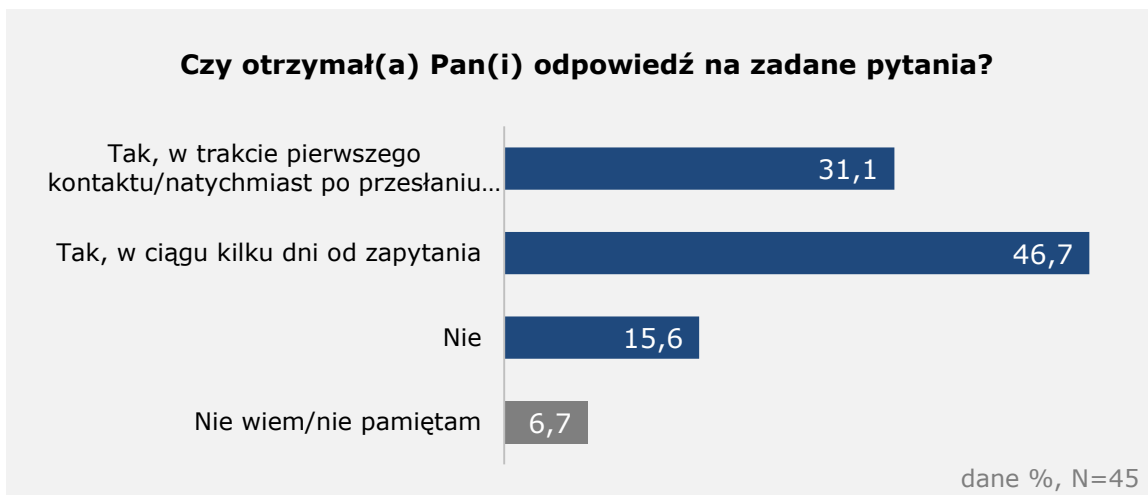
11,1

Nie wiem / trudno powiedzieć

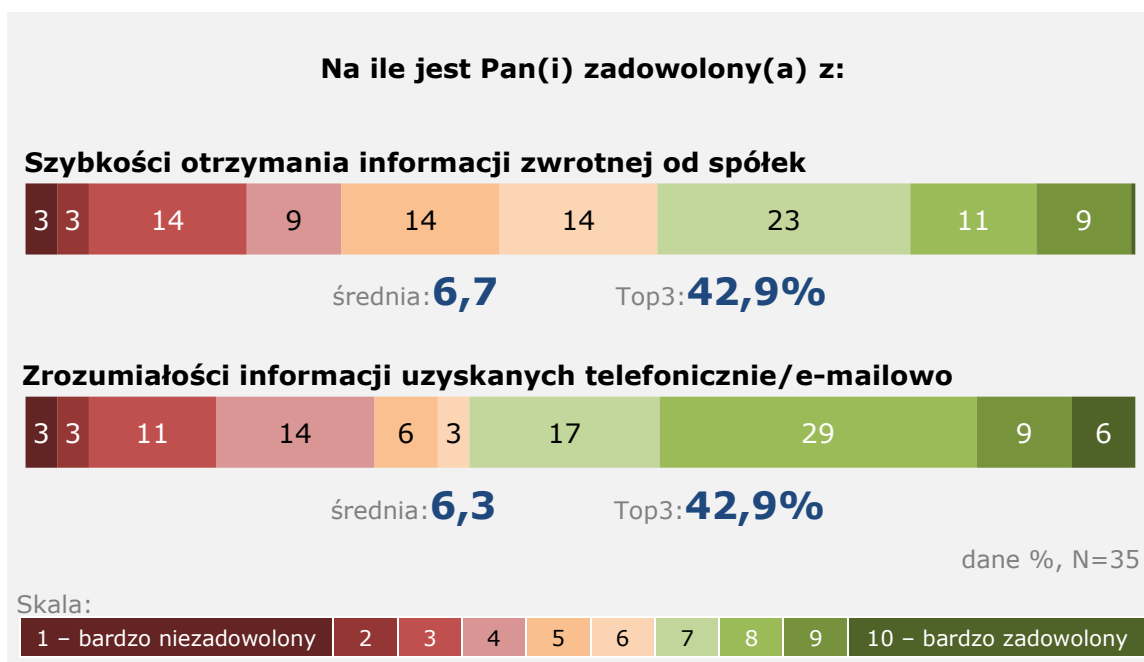
8,9

dane %, N=45

Niemal co trzeci inwestor kierujący telefoniczne lub mailowe zapytanie do spółki otrzymał na nie odpowiedź w trakcie pierwszego kontaktu lub natychmiast po przesłaniu zapytania. Blisko połowa z nich odpowiedź na zadane pytania otrzymała w ciągu kilka dni. Co martwi, więcej niż co szósty inwestor indywidualny w ogóle nie otrzymał informacji zwrotnej.



Czterech na dziesięciu inwestorów jest zadowolonych zarówno z szybkości otrzymania informacji zwrotnej od spółek jak i zrozumiałości informacji uzyskanych telefonicznie lub e-mailowo. Tak kształtujący się wynik, to przesłanka do zadbania o jak najszybszą reakcję na pytania inwestorów, a z drugiej strony do przyjrzenia się formie udzielanych odpowiedzi, używanemu żargonowi i ogólnej zrozumiałości formułowanych komunikatów.

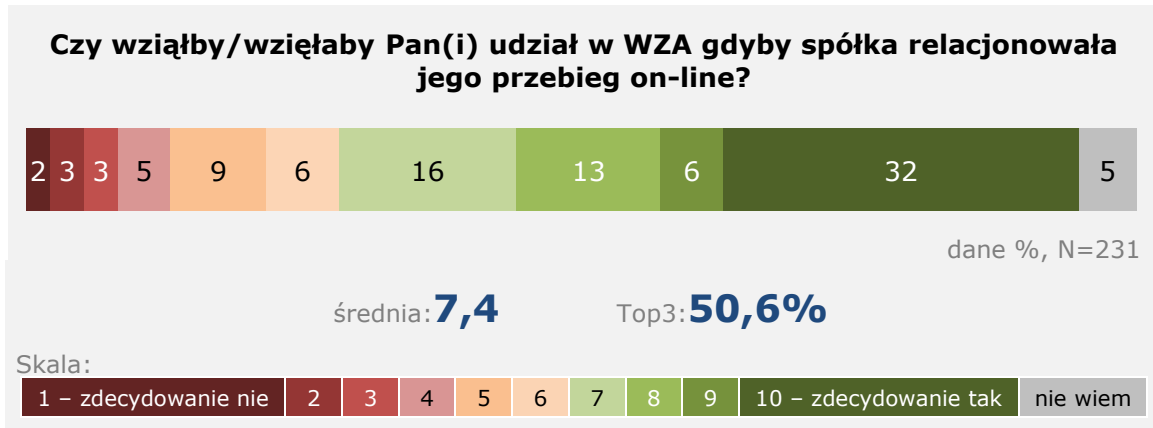


Jak wcześniej wspomniano, jedynie 16% inwestorów kontaktuje się telefonicznie lub mailowo ze spółkami. Podejmując próbę identyfikacji takiego stanu rzeczy zapytaliśmy ich o przyczyny braku bezpośredniego kontaktu z pracownikami spółek. Co trzeci inwestor indywidualny twierdzi, że nie widzi lub nie jest zainteresowany taką formą kontaktu, ale wśród najczęściej padających odpowiedzi można się też natknąć na głosy o braku wiedzy lub informacji o takiej możliwości kontaktu oraz opinię, że będąc małym udziałowcem można zostać zignorowanym przez pracowników spółki. Martwi fakt, że pojawia się tak wiele głosów braku zaufania, niekompetencji pracowników lub braku wiarygodnych informacji.

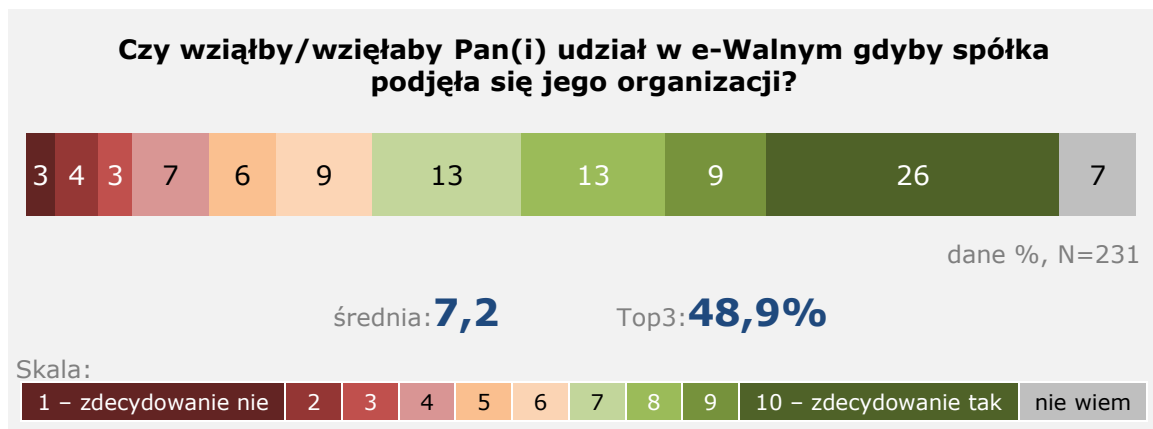


B. WALNE ZGROMADZENIA

Większość inwestorów indywidualnych, którzy do tej pory nie uczestniczyli w Walnych Zgromadzeniach Akcjonariuszy, deklaruje chęć udziału w WZA w przypadku, gdyby spółka relacjonowała jego przebieg online.

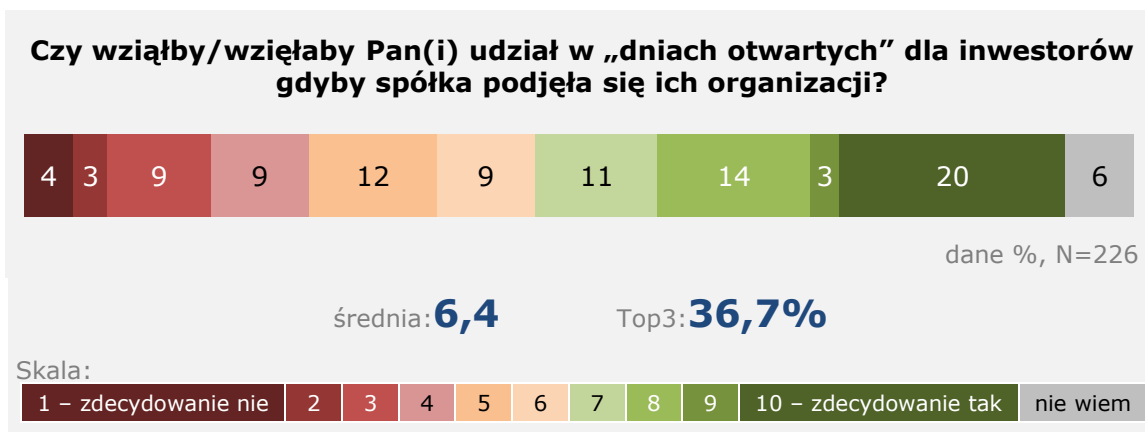


Nieznacznie mniejszy odsetek z tej grupy wzięby udział w e-Walnym, gdyby spółka podjęła się jego organizacji.



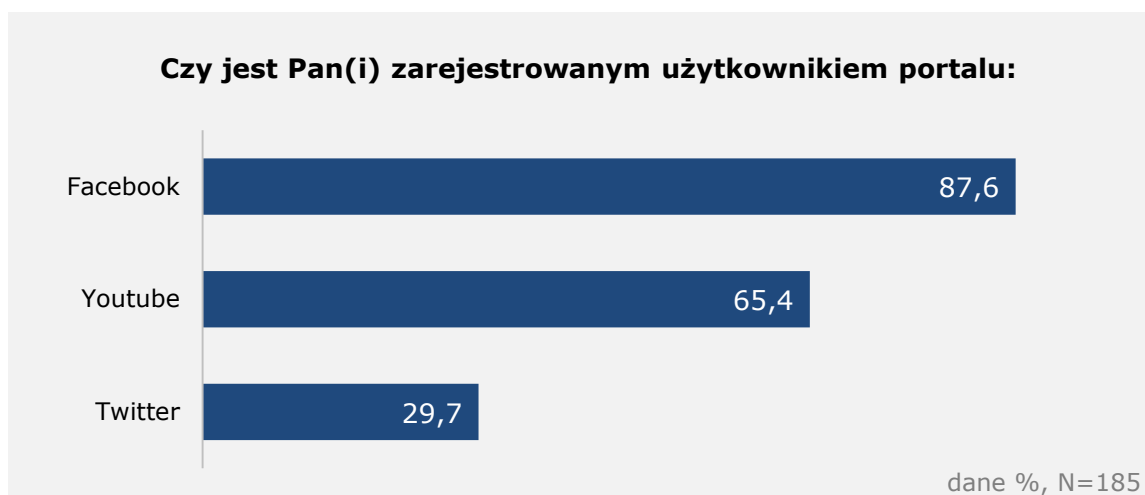
C. DNI OTWARTE

W porównaniu do zainteresowania Walnymi Zgromadzeniami istotnie niższy odsetek respondentów deklaruje chęć udziału w dniach otwartych dla inwestorów. Suma Top3 (odsetek wskazań 8-10) dla tego pytania wyniosła 36,7%, co wskazuje że jedynie co trzeci inwestor indywidualny byłby zainteresowany udziałem w takim wydarzeniu.

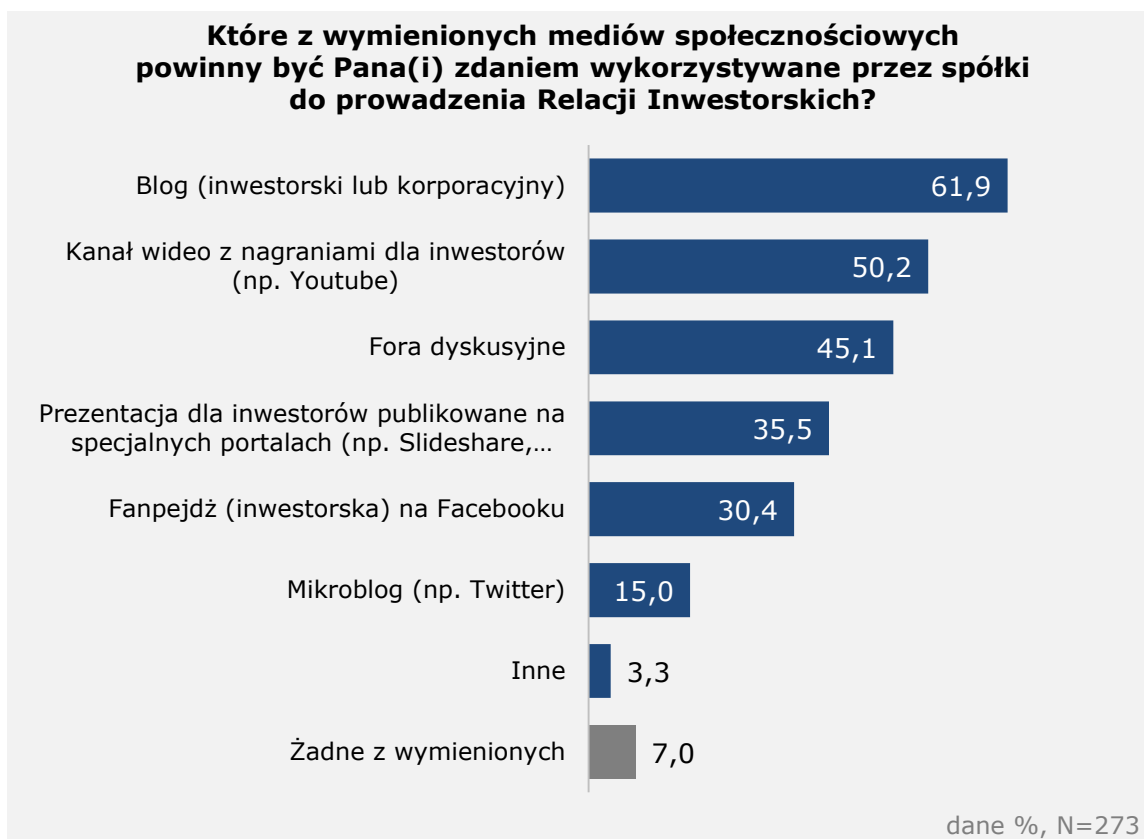


D. MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Inwestorzy indywidualni są aktywni w mediach społecznościowych. Blisko dziewięciu na dziesięciu z nich posiada konto na Facebooku, dwie trzecie – konto Youtube. Najmniejszą popularnością cieszy się Twitter, gdzie zarejestrowanymi użytkownikami jest 29,7% badanych.

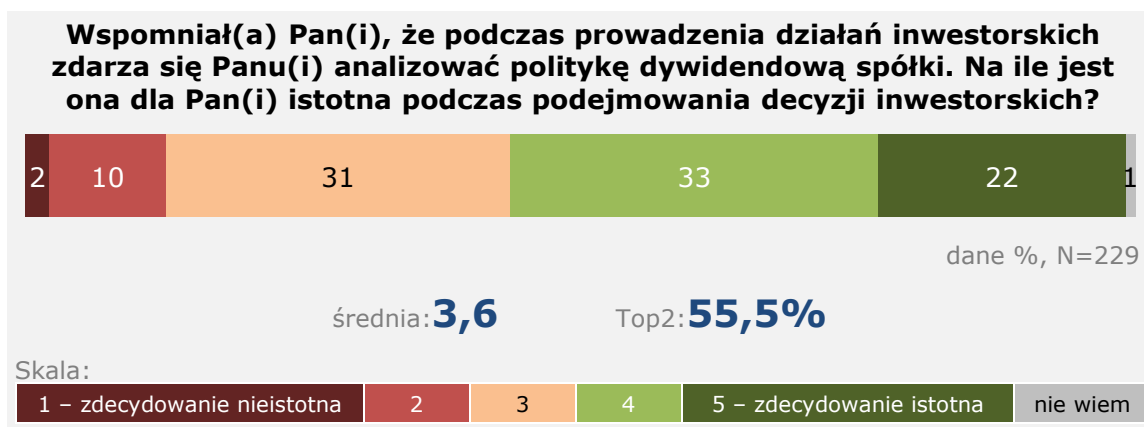


Blisko dwie trzecie inwestorów indywidualnych twierdzi, że spółki powinny wykorzystywać blogi (inwestorskie lub korporacyjne) do prowadzenia Relacji Inwestorskich. Ponad połowa ogółu respondentów uważa, że spółki powinny komunikować się poprzez kanał wideo z nagraniami dla inwestorów. W dalszej kolejności wymieniano fora dyskusyjne, prezentacje dla inwestorów publikowane na specjalnych portalach czy fanpejdż na Facebooku.



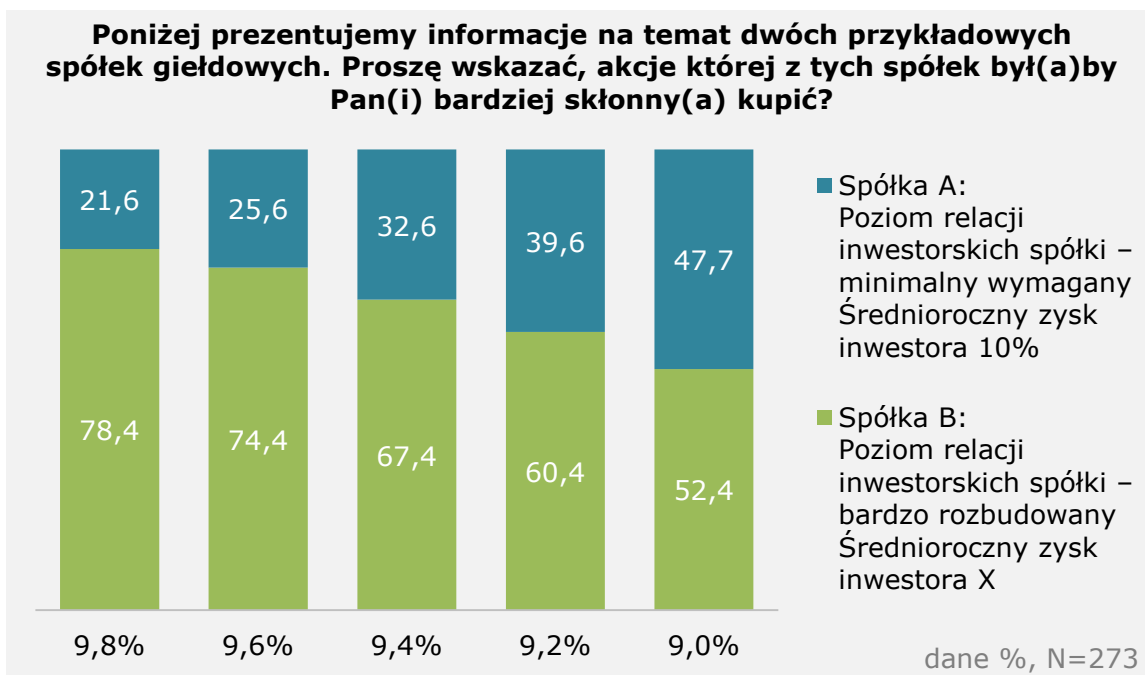
E. POLITYKA DYWIDENDOWA

Ponad połowa inwestorów indywidualnych, którzy podczas prowadzenia działań inwestorskich analizują politykę dywidendową spółki, twierdzi, że jest ona istotna podczas podejmowania decyzji inwestorskich.



IV. ELASTYCZNOŚĆ CENOWA INWESTORA WZGLĘDEM RELACJI INWESTORSKICH

Co piąty inwestor nie jest zainteresowany rozbudowaniem poziomu relacji inwestorskich spółki i twierdzi, że satysfakcjonuje go minimalny wymagany zakres publikowanych materiałów. Aż 78,4% deklaruje, że poświęciłoby średnioroczny zysk dla uzyskania większej ilości informacji. Ich odsetek maleje wraz ze wzrostem kosztów RI, a największa różnica obserwowalna jest między średniorocznym zyskiem inwestora 9,2% a 9,0%.



V. CO SPÓŁKI POWINNY PUBLIKOWAĆ?

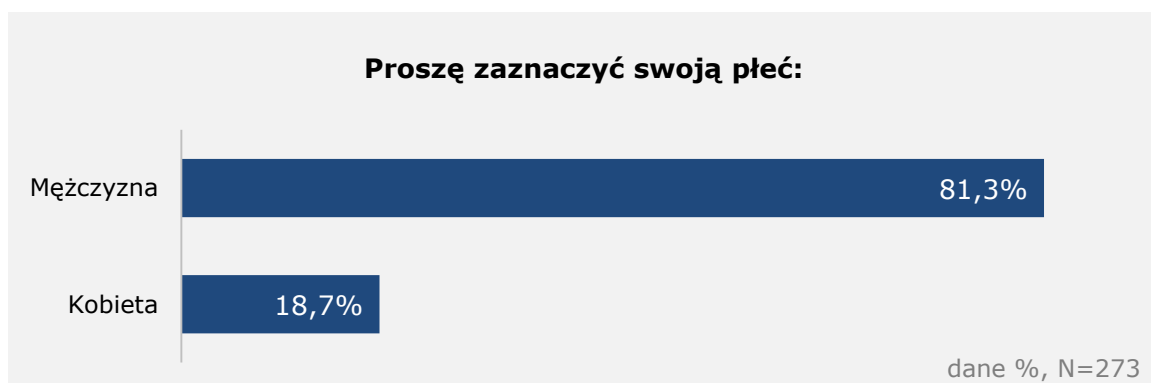
Inwestorzy chętnie deklarują potrzebę publikacji przez spółki większości informacji. Najczęściej zainteresowani są strategią spółki, prognozą jej wyników finansowych oraz poznanie udziałów spółki w rynku, na którym działa. Niewiele mniej atrakcyjne są szacunki wyników finansowych, wyniki finansowe podzielone według segmentów działalności czy przewidywania odnośnie kształtowania się w przyszłości sytuacji na rynku, na którym działa spółka.

Analiza została również pogłębiona w ujęciu elastyczności cenowej inwestora względem relacji inwestorskich. Otóż okazuje się, że nawet przy zmniejszeniu średniorocznego zysku inwestora o minimalną stawkę (z 10% na 9,8%) pojawiają się istotne różnice w oczekiwaniach inwestorów odnośnie publikowanych materiałów. Przy niższym zysku wzrastają ich oczekiwania w zakresie publikacji udziałów w rynku, na którym działa spółka, warunków współpracy z głównymi dostawcami, nazw i warunków współpracy z głównymi dostawcami oraz kontrahentami/klientami.

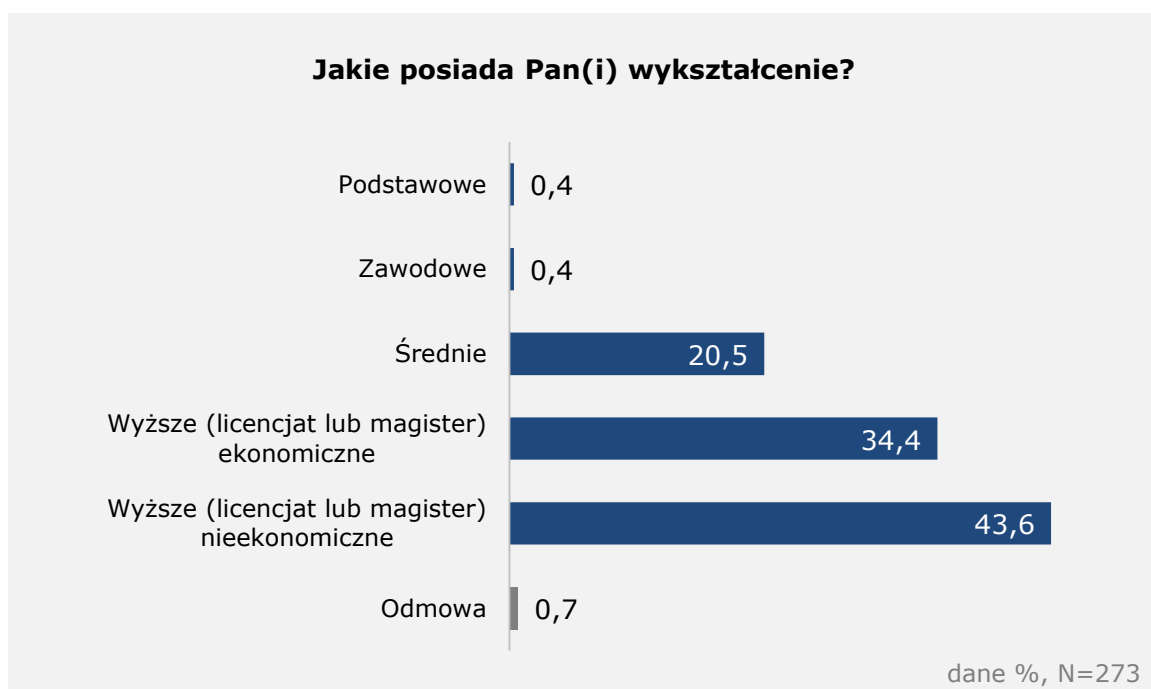


VI. METRYCZKA

Inwestorzy indywidualni biorący udział w badaniu to głównie mężczyźni. Jedynie mniej niż co piąty respondent to kobieta.



Znikomy odsetek inwestorów posiada wykształcenie podstawowe lub zawodowe. Co piąty zakończył edukację na etapie szkoły średniej. Zdecydowana większość badanych posiada wykształcenie wyższe licencjackie lub magisterskie. Warto odnotować, że co trzeci inwestor posiada wykształcenie kierunkowe ekonomiczne.



Dwie trzecie inwestorów to mieszkańcy miast większych niż 100 tysięcy mieszkańców. Połowę z nich stanowią osoby zamieszkujące miasta większe niż 500 tysięcy mieszkańców. W pozostałej części badanych wyróżniają się mieszkańcy wsi, skąd pochodzi co dziesiąty z ogółu respondentów.

