

**YATIRIMCI İLİŞKİLERİNDE EN İYİ UYGULAMALAR: BIST30
ŞİRKETLERİ VE FTSE30 ŞİRKETLERİNİN YATIRIMCI İLİŞKİLERİ
UYGULAMALARI KAPSAMINDA KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

Görkem ÖZKAYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İşletme Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Fatih TEMİZEL

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Temmuz 2024

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Görkem Özkaya'nın "Yatırımcı İlişkilerinde En İyi Uygulamalar: BIST30 Şirketleri ve FTSE30 Şirketlerinin Yatırımcı İlişkileri Uygulamaları Kapsamında Karşılaştırmalı Analizi" başlıklı tezi 12/07/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca, İşletme Anabilim dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : Prof. Dr. Fatih Temizel

Üye : Doç. Dr. Melik Kamışlı

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Ekrem Meriç

Prof. Dr. Saime Önce

Enstitü Müdürü

ÖZET

YATIRIMCI İLİŞKİLERİNDE EN İYİ UYGULAMALAR: BIST30 ŞİRKETLERİ VE FTSE30 ŞİRKETLERİNİN YATIRIMCI İLİŞKİLERİ UYGULAMALARI KAPSAMINDA KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Görkem ÖZKAYA

İşletme Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Temmuz 2024

Danışman: Prof. Dr. Fatih Temizel

Yatırımcı ilişkileri; bir şirket ile yatırımcıları arasında etkili iletişim sağlamak, şeffaflığı teşvik etmek, yatırımcı güveni oluşturmak ve mevzuata uygunluğu sağlamak için finans, iletişim ve uyumluluğu birleştiren stratejik bir işlevdir. Bu çalışmanın amacı, yatırımcı ilişkileri fonksiyonlarını geliştirmeyi amaçlayan şirketler için öneriler sunmaktır. Yatırımcı ilişkilerinin fonksiyonlarını geliştirmeyi amaçlayarak; finansal olarak daha istikrarlı ve etkin olmasına katkıda bulunmayı hedeflemiştir. Bu çalışmanın içeriğinde yer alan gelişmiş ve gelişmekte olan iki farklı piyasa koşullarında, şirketlerin yatırımcı ilişkilerinin, teze konu olan şirketlerin finansal hedefleri doğrultusunda, en etkin ve faydalı uygulamalarını karşılaştırmayı amaçlamıştır. Çalışma, Borsa İstanbul ve Londra Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören toplam 60 şirket üzerinde yapılmıştır. Araştırmaya konu olmuş şirketlerin internet siteleri içerikleri, finansal sonuç açıklama kriterleri ve faaliyet raporları incelenirken TÜYİD tarafından hazırlanan skor kart değerlendirme soruları kullanılmıştır. Çalışma sonucu elde edilen bulgular; bir yandan şeffaflık, tutarlılık ve hesap verilebilirlik gibi temel ilkelerin evrensel olarak değer gördüğünü ortaya koyarken, diğer yandan yatırımcı ilişkileri en iyi uygulamalarının hayata geçirilmesinde; piyasa gelişmişliği, düzenleyici taraf gereklilikleri gibi unsurlara bağlı olarak önemli düzeyde farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Londra Menkul Kıymetler Borsası şirketleri, içerikte bahsedilen yatırımcı ilişkileri uygulamalarına, karşılaştırma dahilindeki şirketlerin uygulamalarına nazaran daha fazla önem göstererek, uyum profilinin daha etkin olduğu sonucu saptanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yatırımcı İlişkileri, En İyi Uygulamalar, Market Değeri, Sermaye Piyasaları, Şeffaflık

ABSTRACT

BEST PRACTICES IN INVESTOR RELATIONS: A COMPARATIVE ANALYSIS OF BIST30 COMPANIES AND FTSE30 COMPANIES IN TERMS OF INVESTOR RELATIONS PRACTICES

Görkem ÖZKAYA

Department of Business Administration

Anadolu University Graduate Education Institute, July 2024

Advisor: Prof. Dr. Fatih Temizel

Investor relations is a strategic function that combines finance, communications and compliance to ensure effective communication between a company and its investors, promote transparency, build investor confidence and ensure regulatory compliance. The purpose of this study is to provide recommendations for companies seeking to improve their investor relations functions. By aiming to improve the functions of investor relations; it aims to contribute to making it more financially stable and effective. This study aims to compare the most effective and beneficial practices of investor relations of companies in two different developed and developing market conditions in line with the financial objectives of the companies that are the subject of the thesis. The study was conducted on a total of 60 companies traded on Borsa Istanbul and London Stock Exchange. While analysing the content of the websites, financial result disclosure criteria and annual reports of the companies subject to the study, scorecard evaluation questions prepared by TUYID were used. The findings of the study reveal that while basic principles such as transparency, consistency and accountability are universally valued, the implementation of investor relations best practices varies significantly depending on factors such as market development and regulatory requirements. It is concluded that the London Stock Exchange companies have a more effective compliance profile, with more emphasis on the investor relations practices mentioned in the content than the practices of the companies in the comparison.

Keywords: Investor Relations, Best Practices, Market Capitalization, Capital Markets, Transparency

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı” ile tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Görkem ÖZKAYA

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER VE GRAFİKLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR DİZİNİ	xi
Giriş.....	1
1.FİNANSAL PİYASALAR.....	3
1.1. Piyasa Kavramı	3
1.2 Finansal Piyasalar.....	3
1.2.1. Finansal piyasa türleri	5
1.2.1.1 Para piyasası ve sermaye piyasası.....	5
1.2.1.1.1 Para piyasası araçları.....	5
1.2.1.1.2 Sermaye piyasası araçları.....	6
1.2.1.2 Birincil piyasa ve ikincil piyasa	7
1.2.1.3 Organize piyasa ve tezgahüstü piyasa.....	7
1.2.1.4 Spot piyasa ve vadeli piyasa	8
1.3 Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Piyasalar	8
1.3.1 Gelişmiş piyasalar	8
1.3.2 Gelişmekte olan piyasalar	10
1.4 Finansal Piyasaların Küreselleşmesi	12
1.5 Finans Alanında Bilgi Problemleri.....	13

1.5.1 Asimetrik bilgi	14
1.5.2 Ters seçim	15
1.5.3 Ahlaki tehlike	16
2. YATIRIMCI İLİŞKİLERİ	18
2.1 Yatırımcı İlişkileri Tanımı	18
2.1.1 Yatırımcı ilişkilerinin gelişimi	19
2.1.2 Yatırımcı ilişkilerinin önemi ve amacı.....	20
2.1.3 Yatırımcı ilişkilerinin rolü ve sorumlulukları	23
2.2 Yatırımcı İlişkileri Paydaşları	25
2.2.1 Yönetim kurulu ve üst yönetim.....	26
2.2.2 Düzenleyici kurumlar.....	27
2.2.3 Kurumsal iletişim ve medya.....	28
2.2.4 Yatırımcılar	28
2.2.4.1 Bireysel yatırımcılar.....	29
2.2.4.2 Kurumsal yatırımcılar	30
2.2.5 Analistler	31
2.2.5.1 Satıcı taraf (sell side)	32
2.2.5.2 Alıcı taraf (buy side)	33
2.2.6 Kredi derecelendirme kuruluşları.....	34
2.3 En İyi Yatırımcı İlişkileri Uygulamaları	35
2.4 Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları.....	37
2.4.1 İnternet sitesi	38
2.4.2 Faaliyet raporu	41
2.4.3 Yatırımcı sunumu.....	43
2.4.4 Yatırımcı ve analist toplantıları.....	45
2.4.5 Medya ve sosyal medya	47
2.4.6 Genel kurul toplantıları	48
2.5 Yatırımcı İlişkileri Uygulamalarında Yapay Zekâ.....	49

2.6 Literatür Taraması	51
3. YATIRIMCI İLİŞKİLERİNDE EN İYİ UYGULAMALAR: BIST30 ŞİRKETLERİ VE FTSE30 ŞİRKETLERİNİN YATIRIMCI İLİŞKİLERİ UYGULAMALARI KAPSAMINDA KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ	57
3.1 Araştırmanın Yöntemi.....	57
3.1.1 İnternet sitesi içeriği.....	59
3.1.2 Finansal sonuç açıklama	60
3.1.3 Faaliyet raporu	60
4. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ, BULGULAR VE YORUM.....	62
4.1. İnternet Sitesi İçeriği Skorları	62
4.2 Finansal Sonuç Açıklama Skorları.....	64
4.3 Faaliyet Raporu Skorları	67
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	70
KAYNAKÇA.....	78
EKLER	

TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 1. Araştırmaya Konu Şirketler	58
--	----



ŞEKİLLER VE GRAFİKLER DİZİNİ

Sayfa

Şekil 1. Yüksek Hisse Fiyatı Döngüsü	22
Şekil 2. Yatırımcı İlişkileri Paydaşları	26
Şekil 3. En İyi Uygulamaların Temel İlkeleri	35
Şekil 4. BIST30 Şirketleri İnternet Sitesi İçeriği Skor Sıralaması	62
Şekil 5. FTSE30 Şirketleri İnternet Sitesi İçeriği Skor Sıralaması.....	63
Şekil 6. BIST30 Şirketleri Finansal Sonuç Açıklama Skor Sıralaması.....	65
Şekil 7. FTSE30 Şirketleri Finansal Sonuç Açıklama Skor Sıralaması	66
Şekil 8. BIST30 Şirketleri Faaliyet Raporu Skor Sıralaması	68
Şekil 9. FTSE30 Şirketleri Faaliyet Raporu Skor Sıralaması.....	68
Şekil 10. BIST30 Şirketleri Toplam Skorlar	72
Şekil 11. FTSE30 Şirketleri Toplam Skorlar.....	73

KISALTMALAR DİZİNİ

BIST	: Borsa İstanbul
CEO	: Chief Executive Officer
CFO	: Chief Financial Officer
DIRK	: Deutscher Investor Relations Verband
FTSE	: Londra Menkul Kıymetler Borsası
NASDAQ	: National Association of Securities Dealers Automated Quotations
NIRI	:National Investor Relations Institute
NLG	:Natural Language Generation
SEC	:Securities and Exchange Commission
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
TÜYİD	: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği
Yİ	:Yatırımcı İlişkileri

Giriş

Yatırımcı ilişkileri bir şirket ile paydaşları arasında kritik bir köprü görevi görerek kurumsal hayatta kritik bir rol oynamaktadır. Yatırımcı ilişkilerinin temel işlevi, en iyi uygulamaları kullanarak mevcut ve potansiyel yatırımcılarla etkin iletişim kurmak, şirketin finansal durumu, stratejik duruşu ve piyasa konumu hakkında doğru, zamanında ve kapsamlı bilgilere erişmelerini sağlamaktır. Yatırımcı ilişkilerinin sağlayacağı bu şeffaflık yatırımcı güvenini ve itimadını sağlamak için gereklidir ve bu durum şirketin piyasa değerini üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Etkili yatırımcı ilişkileri ile piyasa değeri arasındaki ilişki derin yüzeylerde seyretmektedir. Şeffaf ve proaktif iletişim, yatırımcı güveninin oluşturulması ve geliştirilmesine yardımcı olmakta, piyasa algısını geliştirmekte ve yasal gerekliliklere uyulmasını sağlamaktadır. Yatırımcılar iyi bilgilendirildiklerinde ve bir şirketin geleceğe yönelik beklentilerinden emin olduklarında yatırım yapma, paylarını elde tutma ya da paylarını arttırma olasılıkları daha da yükselir, bu da şirketin hisse senedi fiyatını ve genel piyasa değerlemesini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca yatırımcı ilişkileri tarafından açık ve tutarlı bilgiler sağlanması genel olarak hisse senedi fiyatlarında dalgalanmaya yol açan belirsizliği ve spekülasyonu azaltmaya yardımcı olmaktadır.

Yatırımcı ilişkilerinin faydalarını maksimize etmek ve piyasa değeri arttırmak için şirketler en iyi uygulamalara bağlı kalmalıdır. Bunlar arasında şeffaflığın ve zamanında iletişimin sürdürülmesi, paydaşlarla proaktif iletişim, finansal ve stratejik bilgilerin kapsamlı biçimde açıklanması ve teknolojinin etkin bir şekilde kullanımı yer almaktadır. Bahsedilen en iyi uygulamalarını eksiksiz uygulayan şirketler piyasadaki dalgalanmaları ve krizleri yönetmesine yardımcı olarak zorlu zamanlarda bile istikrarlı yatırımcı duyarlılığını koruyabilir. Etkin bir yatırımcı ilişkileri en iyi uygulamaları kullanarak yatırımcılara ve paydaşlara güven veren açık, dürüst ve zamanında güncellemeler ile şirketin itibarını koruyarak piyasa değerlerinde sürdürülebilir büyümeyi desteklemektedir.

Etkili yatırımcı ilişkileri yalnızca yatırımcı güveni inşa etmek ve sürdürmekle kalmaz, aynı zamanda şirketi rekabet ortamında olumlu bir şekilde konumlandırarak daha yüksek ve daha istikrarlı bir piyasa değerine katkıda bulunur.

Araştırmanın konusu örneklem olarak kullanılan Borsa İstanbul BIST30 endeksinde yer alan şirketlerin yatırımcı ilişkileri uygulamaları bakımından Londra Menkul Kıymetler Borsası'na kote olan piyasa değeri en yüksek ilk 30 şirket (FTSE30) ile yatırımcı ilişkileri uygulamaları bakımından karşılaştırılmasıdır.

Araştırmanın temel amacı BIST30 ve FTSE30 şirketlerinin yatırımcı ilişkileri uygulamalarındaki benzerlikleri ve farklıları tespit etmektir. Bu araştırma gelişmekte olan piyasalardaki şirketlerin (BIST30), gelişmiş piyasalardaki şirketler (FTSE30) ile yatırımcılarla iletişim ve etkileşim açısından nasıl karşılaştırıldığını incelemeyi amaçlamaktadır.

Her iki piyasada işlem gören şirketlerin yatırımcı ilişkileri uygulamalarının karşılaştırıldığı bu çalışmada, ilgili kişi ya da kurumlar paydaşların güvenini artırma, şirket fonlanmasını daha zahmetsiz biçimde gerçekleştirme veya sürdürülebilir büyüme konularında hangi uygulamaların efektif olduğuna dair değerlendirme yapılabilir.

Araştırmanın farklı piyasalarda işlem gören şirketlerin yaygın olarak kullandığı iletişim yöntemlerini belirleyerek piyasa şeffaflığının artmasına katkıda bulunması beklenmektedir. Piyasa şeffaflığının artması paydaş güveninin korunması ve bilgi asimetrisinin mümkün oldukça en aza indirilmesi için önem arz etmektedir.

Araştırma analizi sonucu elde edilen bulgular şirketlerin gerçekleştirmediği en iyi uygulamaların benimsenmesine hem şirketler hem de politika yapıcılar düzenlemeler aracılığıyla standart hale getirerek katkı sağlayabilir. Bu sayede paydaşlar daha bilinçli şekilde şirketi ya da piyasayı analiz edip yatırım kararı alabilir. Araştırma sonucunda eksikliklerini tamamlayarak şeffaflık ve hesap verilebilirlik yönlerini güçlendiren şirketler kurumsal yönetim anlayışına katkıda bulunabilir.

1.FİNANSAL PİYASALAR

Finansal piyasalar, etkin sermaye tahsisini kolaylaştırdıkları, varlıklar için fiyat oluşumunu mümkün kıldıkları, yatırım için likidite sağladıkları ve tasarrufları finansal varlıklara yönlendirerek ekonomiyi destekledikleri için çok önemlidir. Bu bölümde piyasa kavramı, finansal piyasaların türleri ve finans alanındaki bilgi problemleri üzerinde durulacaktır.

1.1. Piyasa Kavramı

Ekonomik ve finansal sistemlerin var olmadığı zamanlarda insanlar ihtiyaçları ve arzuları doğrultusunda malvarlıklarını sahip olmadıkları ürün ve hizmetleri elde edebilmek için takas usulü ile değiştirmiştir.

Ekonomi içinde fon akışının ve finansal hizmetlerin karşılık bulmasını sağlayan kurumlar, düzenlemeler ve piyasalar finansal sistem olarak ifade edilmektedir. Finansal sistemlerin birincil fonksiyonu fonların arz eden kişi ya da kurumlardan talep eden kişi ya da kurumlara yönlendirmesi olarak tanımlanmıştır. (Kidwell, 2012:7)

Piyasa kavramı ürün ve hizmetlerin mübadele edildiği alıcı ve satıcıların birbiriyle karşılaştıkları bir alan olarak tanımlanabilir. (Rosenbaum, 2000:456) İki veya daha fazla bireyin zaman ya da mekân fark etmeksizin alım satım ya da takas yapmaya hazır olduğunda piyasa ortaya çıkmaktadır. (Gravelle & Rees, 2004) Piyasaya sadece ürünlerin mübadele edildiği yer olarak bakmamak gerekir. Piyasa aynı zamanda aynı ürünlerin birbirleri ile fiyatlarının aynı seviyeye geldiği alıcı ve satıcıların karşı karşıya gelebildiği bir ortam olarak düşünülmelidir. (Marshall, 1966)

1.2 Finansal Piyasalar

Piyasa kavramı günümüzde ikiye ayrılmaktadır:

1 – Reel Piyasalar

2 – Finansal Piyasalar

Reel piyasalar, ürün ve hizmetlerin mübadele edildiği arz ve talep dengesinin sağlandığı piyasalar olarak tanımlanabilir. Finansal piyasalar ise ekonomik değere sahip olan kıymetli evrakların alınıp satıldığı, fon arz ve talep edenlerin, düzenleyici kurumların, idari ve hukuki kuralların yer aldığı bir ekosistemdir.

Finansal piyasalar küresel ekonominin merkezinde yer almakla beraber birçok bireysel ve kurumsal yatırımcı, finansal kurum, şirket ve devlet kuruluşu içermektedir. (Mishkin, 2018:22). Finansal piyasalar ekonomik sistemin işlemlerine önemli katkılar sunmaktadır. Fon sahipleri ve sermaye paydaşlarını belirli bir alanda buluşturarak fonların efektif bir şekilde kullanılmasını finansal piyasalar sağlamaktadır. Finansal piyasaların diğer önemli rolü ise bireysel ve kurumsal yatırımcıların, finansal kurumların, özel şirketlerin ve devlet kurumlarının ekonomik değerlerini belirleyerek önem arz eden bilgilerin fiyatlandırılmasıdır. (Eccles, 2014:3)

Finansal piyasalar bünyesinde farklı risk ve kazanç özellikleri içeren çeşitli finansal araçlar içermektedir. Bahsedilen finansal araçlara döviz, emtia, hisse senetleri, borçlanma senetleri, türevler örnek gösterilebilir.

Finansal piyasaların oluşturduğu katman sayesinde piyasa yapısını sınıflandırmaktadır. Döviz ve emtia piyasaları, pay senedi piyasaları ya da para piyasalarının her biri kendine özgü kurallar, farklı paydaşlar ve farklı piyasa dinamiklerine sahiptir. Piyasalar arasındaki farklı olgular sayesinde piyasa çeşitliliği artmıştır. (Schoenmaker & Schramade, 2019:94)

Modern ekonomi çerçevesinde finansal piyasalar daha da önem kazanmaktadır. Finansal piyasalar tasarruf sahiplerinin fon fazlasının fon ihtiyacı olanlara aktarması gibi önemli bir işlevi üstelenerek ekonominin daha verimli işlemesine katkıda bulunmaktadır. Finansal piyasalar yatırım için karlı olmayan ülkelerin daha yüksek getiri sağlayan ülkelere fon akışını kolaylaştırmaktadır. Finansal piyasalar ekonomik ve finansal risklerin fiyatlandırılmasına katkı sağlamaktadır. Gelişmiş ve istikrarlı olan finansal piyasalar, merkez bankalarının hedeflerine ulaşabilmek için kullandıkları piyasaya dayalı para politikası araçlarının etkinliğini arttırmaktadır. (Desai, 2008)

Finansal piyasaların temel rolü 3 başlık altında toplanabilir:

- Fiyat Belirleme Rolü: Tarafların karşılaşmasını sağlayarak finansal araçların fiyatlarını ya da finansal araçların sağlanması gereken getirilerini belirleme rolüne sahiptir.
- Likidite Sağlama Rolü: Alıcı ve satıcıların kolayca finansal varlıklara erişimleri ve finansal varlıkların pazarda işlem gördüğü fiyattan ticaretinin gerçekleşmesini sağlamaktadır.

- Araştırma ve Bilgi Paylaşımı Giderlerini Azaltma Rolü: Finansal piyasalar yardımı ile pazardaki taraflar çeşitli bilgi ve haberlere detaylı bir biçimde kolayca ulaşmasını sağlamaktadır. (Karan, 2021:7)

1.2.1. Finansal piyasa türleri

Finansal piyasalar çeşitli kriterlere göre sınıflandırılabilir:

- Para Piyasası ve Sermaye Piyasası
- Birincil Piyasa ve İkincil Piyasa
- Organize (Örgütlü) Piyasa ve Tezgahüstü Piyasa
- Spot Piyasa ve Vadeli (Türev) Piyasa (Karan, 2021:20)

1.2.1.1 Para piyasası ve sermaye piyasası

Finansal piyasalar işlem gören menkul kıymetlerin vadesine göre para piyasası ya da sermaye piyasası olarak sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırma finansal piyasaları işlem gören varlıkları ayırmak için en yaygın olarak kullanılandır. (Antelo & Peon, 2012:27)

Finansal piyasalar, bünyelerinde işlem gören finansal araçların vadesine göre para ve sermaye piyasaları olarak ikiye ayrılmaktadır. Para ve sermaye piyasalarının arasındaki fark finansal araçların vadesinden kaynaklanmaktadır. Para piyasalarında vadesi bir yıldan kısa olan finansal araçlar işlem görürken, sermaye piyasasında vadesi bir yıldan uzun olan finansal araçlar işlem görmektedir. (Gündoğdu, 2021:57)

Para piyasası endüstri firmalarının işletme sermayesi ihtiyaçlarını karşılamaları ve devletin kısa dönem ihtiyaçlarını karşılamak için fon ihtiyacını karşılar. Sermaye piyasası araçları işletmelerin sabit sermaye gereksinimlerinin yanı sıra devletin uzun vadeli ihtiyaçları için fon sağlamaktadır. Para piyasasının başlıca kurumları Merkez Bankası ve ticari bankalardır. Sermaye piyasasında ise yatırım bankaları ve sigorta kuruluşları baskın role sahiptir. (Gordon & Natarajan, 2008)

1.2.1.1.1 Para piyasası araçları

Para piyasası araçları para, döviz, altın, kambiyo senetleri ile bir yıla kadar vadeli senetler olarak ifade edilmektedir.

- Mevduat: Bankaların vadesiz ya da belirli bir vade ile tasarruf sahiplerinden topladığı, kendi faaliyetleri doğrultusunda ekonomiye aktarımını sağladıkları kaynaklardır.

- Mevduat Sertifikası: Bir gerçek ya da tüzel kimsenin daha önceden belirlenmiş süre boyunca belirtilen tutarın kullanamadığı kıymetli evraktır.

- Bonolar: Kaynak ihtiyacı olan şirket ya da kurumların bir yıldan kısa süreli ve belirlenen faiz geri ödemesi karşılığında işlem gören menkul kıymetlerdir. Bonolar ihraççılarına göre çeşitlendirilmiştir.

- Hazine Bonosu: Devletin gelir ve gider kalemleri arasındaki farktan kaynaklanan bütçe açığını fonlama amacı ile ihraç edilen kısa vadeli borçlanma aracı olarak tanımlanabilir.
- Finansman Bonosu: Finansman bonoları ihraççıların borçlu sıfatı ile düzenlenmektedir. İşletmeler işletme sermayesine kaynak oluşturmak veya yatırımlarına geçici finansman sağlamak amacı ile finansman bonusu ihraç etme yoluna başvurlar.
- Kıymetli Maden Bonoları: Kıymetli madenin işlem gördüğü borsalara katılımcı olan aracı kurumların belli miktarda kıymetli maden cinsinden ihraç ettikleri ve belirlenen tutarın vadesinde yatırımcıya geri ödenen menkul kıymettir.

- Repo ve Ters Repo İşlemleri: Repo kısa vadeli ve teminatlı bir borç sözleşmesi olarak tanımlanmaktadır. Sözleşmede borç alan ve borç veren taraflar bulunur. Repo, işlemi borç alan açısından tanımlanmaktadır. Ters repo ise repo işleminin borç veren açısından tanımlanmaktadır. (Gündoğdu, 2021:73)

1.2.1.1.2 Sermaye piyasası araçları

Sermaye piyasası araçları bir yıldan uzun süreli işlem gören araçlardır. Sermaye piyasası araçları uzun vadeli fon akışlarının gerçekleştirilmesi katkı sağlar.

- Hisse (Pay): Hisseler, esas sermayenin belirli ve eşit sayıda itibari değerlere bölünmüş parçalardır.

- Tahviller: İhraççıların, borçlu sıfatıyla ihraç ettikleri, vade tarihinde ya da vade tarihine kadar yatırımcıya geri ödedikleri bir yıldan uzun vadeli borçlanma aracıdır. Devlet tahvili ve özel sektör tahvili en yaygın olarak kullanılanlarıdır.

- Gelir Ortaklığı Senetleri: Devletlerin bütçe açıklarını finanse etmek amacıyla kullandığı finansal araçlardan birisidir. Kamuya ait alanlara ortak olmayı sağlamaktadır.

- Gelir Endeksli Senetler: Kamunun fon ihtiyacını karşılamak amacıyla ihraç edilen senetlerdir. Kamu kuruluşlarının gelirleri sayesinde yatırımcısına kazanç sağlamaktadır.
- Varantlar: Önceden belirlenen bir fiyattan ve belirlenen bir tarihe kadar alım satım yapma hakkı veren finansal araçtır. Varantlar menkul kıymet haline getirilmiş opsiyonlar olarak da ifade edilebilir.
- Gayrimenkul Sertifikaları: Gayrimenkul projesini gerçekleştiren ihraççılar tarafından gayrimenkul projelerinin finansmanında kullanılmak üzere ihraç edilen menkul kıymetlerdir.
- Varlığa ve İpoteğe Dayalı Menkul Kıymetler: Menkul kıymetleştirme işlemi bir varlığın nakit akışına dayalı ise varlığa dayalı menkul kıymetler olarak adlandırılır. Menkul kıymetleştirme işlemi bir ipotek altına alınmış varlığa dayalı ise ipoteye dayalı menkul kıymet olarak adlandırılmaktadır.
- Kira Sertifikaları: Her çeşit varlık finansmanını sağlamak amacıyla aracı kurumlar tarafından ihraç edilen menkul kıymetlerdir.
- Türev Sözleşmeler: Kısaca değeri bir başka finansal aracın veya malın değerine direkt olarak bağlı olan finansal araçlar olarak tanımlanabilir. Türev sözleşmelerin temel olarak Forward Sözleşmeler, Futures Sözleşmeler, Opsiyon Sözleşmeleri ve Swap Sözleşmeleri olmak üzere dört türü bulunmaktadır. (Gündoğdu, 2021:77)

1.2.1.2 Birincil piyasa ve ikincil piyasa

Birincil piyasa tahvil, bono ya da hisse senetleri gibi menkul kıymetlerin ilk kez ihraç edildiği piyasadır. İkincil piyasalar menkul kıymetlerin birincil piyasalarda ihraç edildikten sonra alım satım yapıldığı yerlerdir. İkincil piyasalara örnek olarak Borsa İstanbul verilebilir. (Karan, 2021:20)

Devlet yeni tahvil ya da bono ihraç etmek istediğinde veya bir şirket yeni hisse senedi ihraç etmek istediğinde birincil piyasa kullanılır. İkincil piyasaların temel görevi, paydaşlara yatırımları için likidite ve menkul kıymetlerinin piyasa fiyatı hakkında devamlı olarak bilgi sağlamasıdır. (Antelo & Peon, 2012)

1.2.1.3 Organize piyasa ve tezgahüstü piyasa

Belirli bir fiziksel alan kurulmuş, belirli işlem kuralları ile düzenlemiş ve üyeleri olan piyasalar organize piyasa olarak tanımlanabilir. Organize piyasalar sadece kendisine kote

olmuş menkul kıymetlerin alım satımının yapılmalıdır. Birçok finansal kurumun teknolojik cihazlar (telefon, bilgisayar vs.) ile birbirlerine bağlanarak ya da iletişim kurarak oluşturduğu piyasalar tezgahüstü piyasa olarak adlandırılır. Borsa İstanbul ve Londra Menkul Kıymetler Borsası organize piyasaya örnek olarak gösterilebilir.

Organize piyasalar, listelenen menkul kıymetlerin sürekli açık arttırma yöntemi ile işlem gördüğü, yalnızca borsaya üye olan kişilerin işlem yapabildiği kayıtlı piyasalar olarak kabul edilmektedir. Günümüzde işlemlerin büyük bir kısmı internet ağları aracılığı ile elektronik olarak gerçekleştirilmektedir. Organize piyasalarda işlem görmeyen bütün menkul kıymetlerin alım satımının gerçekleştiği piyasalar tezgahüstü piyasalar olarak nitelendirilmektedir. NASDAQ borsası tezgahüstü piyasalara örnek olarak verilebilir. (Karan, 2021:20)

1.2.1.4 Spot piyasa ve vadeli piyasa

Finansal piyasalarda işlem gören finansal varlıklar hem anında teslim hem de önceden belirlenen ileri bir tarihte teslim edilebilir. Finansal varlıkların ödemesi ve teslimi anında yapılan piyasalar spot piyasa olarak tanımlanmaktadır. Ödeme ve teslimat işlemlerinin önceden belirlenen bir fiyattan yapıldığı piyasalar ise vadeli ya da türev piyasa olarak tanımlanmaktadır. Vadeli piyasasında işlem gören finansal türevlerden en önemlileri futures ve opsiyon sözleşmeleridir. (Gürsoy, 2012)

Spot piyasalarda finansal araçların anlık alım satım işlemlerinin mümkün olması ve ödemenin anlık olarak gerçekleşmesi finansal piyasalarda kilit rol oynamaktadır. Finansal varlıkların fiyat değişimi olmadan eşzamanlı alım satımının yapılması kur riskini engellemektedir. Anlık olarak gerçekleşen satın alım ve ödeme işlemleri her iki taraf içinde hızlı likidite akışı sağlamaya olanak tanımaktadır. (Mishkin & Eakins, 2021)

1.3 Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Piyasalar

Piyasalar faaliyet gösterdiği ülkenin ekonomik gelişmişlik ve olgunluk düzeylerine göre gelişmiş ve gelişmekte olan piyasalar olarak sınıflandırılmaktadır.

1.3.1 Gelişmiş piyasalar

Gelişmiş piyasalar, güçlü ekonomilere ve köklü finansal altyapıya sahip ülkelerin finansal sistemlerini ifade etmektedir. Gelişmiş finansal piyasalar sahip oldukları şeffaflık ve istikrar ile tanınırlar. Etkin finansal kurumlar sayesinde ileri teknolojik altyapıdan

faaydalanmaktadır. Böylece hem Şirketlerin hem de yatırımcılar güvenle finansal iŐlemlerini gerçekleştirmektedir. Ayrıca gelişmiş piyasalar düzenleyici kurumlar tarafından yasal düzenlemeler çerçevesinde denetlenmektedir. Buradaki kapsamlı düzenlemeler yatırımcıları korumak, piyasa b t nl g n  sağlamak ve finansal istikrarı sürdürmek amacı ile tasarlanmıŐtır.

Gelişmiş piyasalar, yatırımcıya güvenli ve çok çeşitli yatırım fırsatları sunmaktadır. Bunlar hisse senedi, fon, tahvil gibi geleneksel araçlardır. Geleneksel finansal araçların yanında yenilikçi ve daha karmaŐık yatırım araçlarını da yatırımcılar ile buluŐturmaktadır. Bu araçlara ise opsiyonlar, swaplar ve vadeli işlemler örnek verilebilir. Ayrıca yatırımcılar ticaret ve yatırım faaliyetlerini kolaylaŐtıran altyapısı sağlam, köklü borsa ve finansal kurumlara rahatlıkla eriŐebilmektedir. (Karan, 2021:45)

Gelişmiş piyasalar için Şeffaflık ve güven ilkeleri ilk sırada gelir. Bu ilkeler doğrultusunda finansal raporlama standartları titiz bir Şekilde belirlenir ve Şirketlerin paydaşlara doğru ve zamanın bilgi vermesini sağlar. Paydaşların bilinçli yatırım kararları vermesini desteklemek için güvenilir veri ve doğru analiz sunmaktadır.

Gelişmiş piyasalar emeklilik fonları ve yatırım fonları gibi kurumsal yatırımcıların önemli katılımını içermektedir. Kurumsal yatırımcıların katılımı sermaye piyasaları için hayati rol oynayarak piyasa likiditesine katkıda bulunmaktadır.

Gelişmiş piyasalar yabancı yatırımları ve  lkelerarası fon akıŐlarını kolaylaŐtıran küresel bağlantılara sahiptir. Uluslararası finansın en önemli kanalı olarak doğrudan yabancı yatırım için merkez görevi görmektedir. Ayrıca ekonomik büyümeyi ve küresel ekonomiye entegrasyonu desteklemektedir.

Gelişmiş bir piyasaya örnek olarak Londra Menkul Kıymetler Borsası verilebilir.

Londra Menkul Kıymetler Borsası resmi olarak 1801 yılında kurulmuştur fakat kökleri 1600'  yılların sonuna dayanmaktadır. Finans piyasaların küreselleŐmesinde ve geliŐmesinde önemli bir role sahip olmuştur. Borsa, piyasa değerine göre dünyanın en büyük borsalarından biri haline gelmiştir. Hisse senetleri, fonlar, tahviller ve türev ürünler gibi menkul kıymetlerin alım satımını gerçekleŐtirir. Finans, teknoloji enerji, imalat sanayi gibi birçok sektörden Şirketlere ev sahipliği yapmaktadır. (Karan, 2021:49)

Londra Menkul Kıymetler Borsası iki ana piyasayı bünyesinde bulundurmaktadır. Bu piyasalar Ana Piyasa ve Alternatif Yatırım Piyasası olarak geçmektedir. Ana piyasa daha köklü şirketleri içerirken Alternatif Yatırım Piyasası halka açık küçük ve büyümek isteyen şirketleri içermektedir.

Londra Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem görmek hem sermaye arttırmak hem de küresel görünümünü arttırmak isteyen şirketler için kaçınılmaz bir hedeftir. Londra Borsası sayesinde şirketler geniş bir yatırımcı tabanına erişebilir ve borsa itibarından yararlanabilir. Dünyadaki gelişmiş piyasaların öncülerindendir.

Londra Menkul Kıymetler Borsası listeme, ticaret, açıklamalar, kurallar ve standartlar için sıkı bir düzenleyici kurumun gözetimi altında faaliyet göstermektedir. Bu sayede piyasa bütünlüğü ve yatırımcının borsa güveni artmaktadır. Gelişmiş teknolojik altyapısı ile etkin, şeffaf ve emir odaklı sistemlere sahiptir. Dünya çapındaki diğer borsalar ve finans kuruluşları ile yaptığı işbirlikleri sayesinde küresel bağlantılara sahiptir. Bu sayede uluslararası sermaye akışı ve yatırım fırsatları erişimi kolaylaşmaktadır. (Michie, 1999)

1.3.2 Gelişmekte olan piyasalar

Gelişmekte olan piyasalar terimi ilk kez Dünya Bankası Uluslararası Finans Birimi tarafından kullanılmıştır. Bu terim 1980'li yıllarda ekonomilerini bağımsızlaştırma amacı güden, piyasalarının özellikle yatırım ve ticaret alanlarını yabancı firmaya açmayı hedefleyen belli miktarda borca sahip ve orta gelirli ülkeleri ifade etmek için kullanılmıştır. Gelişmekte olan piyasalar, hızlı büyüme ve yüksek oranda getiri potansiyeline sahiptir. Bu potansiyele karşılık olarak çeşitli ekonomik, sosyal ve siyasi belirsizlik riskleri barındırmaktadır. (Movassaghi, 2004)

Gelişmekte olan piyasalar ekonomileri geçiş sürecinde olan ancak küresel sermaye piyasasına katılmak için siyasi ve mali yapı reformlarını uygulama başlayan ülkelerin piyasaları olarak ifade edilebilir. Bu piyasalar yatırımcıları siyasi risk ve para birimlerinin istikrarsız değerinden kaynaklanan, fiyat dalgalanmalarına maruz bırakabildiği ve finansal piyasaların kısa dönem faaliyet gösterdiği ülkelerin piyasalarıdır. (Drake & Fabozzi, 2010:30)

Gelişmekte olan piyasalar, genişleyen nüfus ve buna bağlı olarak artan tüketici talebi gibi faktörler nedeni ile önemli büyüme potansiyeline sahiptir. Bu pazarlar yüksek getirili yatırım ve pazar genişlemesi potansiyeline sahiptir fakat gelişmiş piyasalara kıyasla daha

fazla risk unsuru barındırır. Riski arttıran unsurlar arasında siyasi istikrarsızlık, kur dalgalanmaları, yetersiz denetim, güçlü olmayan finansal ve teknolojik altyapı ve sınırlı şeffaflık bulunmaktadır. Bahsedilen sorunların giderilmesi, altyapıların güçlendirilip modernize edilmesi için gösterilen çaba yabancı yatırım ve sermaye girişleri ile küresel piyasalara entegrasyonu arttırmak için kritik role sahiptir. Gösterilmesi gerek çabalardan bir diğeri ise hükümet ve denetim otoritelerin finansal piyasalardaki güven ve istikrarı arttırmak amacı ile yapacağı reformlar olacaktır. Tüm kriterlere tam anlamı ile sahip olduğunda piyasaya ve ülkeye pozitif olarak yansıyacaktır. (Karan, 2021:50)

Gelişmekte olan piyasaların en somut örneklerinden biri Borsa İstanbul'dur.

Borsa İstanbul 1985 yılında İstanbul Menkul Kıymetler Borsası ismi ile anonim şirket olarak kurulmuştur. 2013 yılında küreselleşme amacı ile ismi “Borsa İstanbul” olarak değiştirilmiştir.

Borsa İstanbul Türkiye'nin finansal altyapısının önemli bir parçasını temsil etmektedir. Finans, yenilenebilir enerji, dayanıklı tüketim malları, telekomünikasyon ve demir-çelik gibi sektörleri bünyesinde barındırmaktadır.

Borsa İstanbul BIST 30, BIST 100, BIST Katılım, BIST Kurumsal Yönetim gibi birçok endeksi işletmektedir. Borsa İstanbul sağladığı birden fazla piyasa segmenti ile farklı şirket ve farklı yatırımcı türlerine hitap etmektedir. Pay piyasası, Borçlanma Araçları Piyasası, Vadeli İşlem ve Opsiyon Piyasası sağladığı segmentler arasında yer almaktadır. (Karan, 2021:75)

Borsa İstanbul, ülkedeki sermaye piyasası faaliyetlerini düzenleyen ve denetleyen Sermaye Piyasası Kurulu'nun (SPK) gözetimi altında faaliyet göstermektedir. Borsa, piyasa bütünlüğünü ve yatırımcının korunmasını sağlamayı amaçlayan sıkı kurallara ve düzenlemelere tabidir. Borsa, piyasa şeffaflığını ve erişilebilirliğini artırmak için sürekli olarak teknoloji güncellemelerine yatırım yapmaktadır. (Karan, 2021:76)

Borsa İstanbul, Türk şirketlerine ve menkul kıymetlerine yatırım yapmak isteyen yerli ve yabancı yatırımcıların ilgi düzeyini arttırmaktadır. Emeklilik fonları ve varlık yönetim şirketleri de dahil olmak üzere kurumsal yatırımcılar ve sayıları son zamanlarda artan bireysel yatırımcılar, borsanın likiditesinde ve piyasa dinamiklerinde önemli bir rol oynamaktadır.

1.4 Finansal Piyasaların Küreselleşmesi

Küreselleşme terimi 1980’li yıllarda finansal piyasaları ve finansal hizmetler sektörünü karakterize etmek için kullanılan en popüler sözcüklerin başında geliyordu. 1980’lerdeki modern dünyada insanlar birbirleri ile neredeyse anında ve maliyetsiz olarak iletişim kurmakta ve bu sebeple bilgi hızla yayılmaktadır. Hükümetler ise fon hareketleri üzerindeki baskısını önemli ölçüde azaltmış veya tamamen kaldırmıştır. Uluslararası ticaretin gelişmesi ile birçok ülkenin büyüme oranları düşük seviyede kalmış ve bunun sonucunda uluslararası ticarete çok daha bağımlı hale gelmişlerdir. Yaşanan bu olaylar, döviz yönetimi ve yabancı para birimlerinde borçlanma ve borç verme olanaklarına olan talebi arttırmıştır. Sabit döviz kuru sisteminin işe yaramaz hale gelmesi döviz birimlerini daha değişken hale getirmiştir. Bu olayların bir diğer sonucu olarak ise işletmeler daha küresel hale gelmiş, yatırımcılar ise uluslararası yatırım fırsatlarına daha fazla ilgi göstermiştir. Tüm bu faktörler tek bir bütün olarak düşünüldüğünde finansal piyasaların küreselleşme süreci hızlanmıştır. (Pilbeam, 2018)

Modern ekonomilerde en çok dikkat çeken eğilimlerden biri finansal piyasaların küreselleşmesidir. Küreselleşme dünya genelinde ülke ekonomilerine birbirine bağlı ve bağımlı hale gelmesi olarak ifade edilebilir. Mal ve hizmet ticaretindeki küreselleşme her ne kadar Büyük Buhran ve Dünya Savaşları yüzünden belirli bir süre kesintiye uğramış olsa da 1800’lü yıllardan beri gelişmeye devam etmektedir. Küreselleşme artık gelişmekte olan piyasa finansmanlarını da kapsamı altına almaktadır. Gelişmekte olan piyasalar arasında sermayenin ülkeler arasında daha kolay hareket etmesine yönelik gözlemlenebilir bir eğilim vardır. Sermayenin serbestleştirilmesine olanak veren eylem sermaye hesabının liberalizasyonu olarak adlandırılmaktadır. Bu eylem yabancıların hisse senedi ve tahvil gibi finansal varlıklara yatırım yapması, yabancı yatırımların yapılara, ekipmanlara ve kuruluşlara yapılması ve ülkeler arasındaki nakit akışı üzerindeki engellemelerin kaldırılmasını içermektedir. (Knoop, 2013)

Finansal piyasaların katılımcıları ulusal sınırların ötesinde ticaret yaptıklarında bir piyasa küresel kimlik kazanmaya başlamıştır. Şirketler yurtdışında menkul kıymet ihraç ederek fon toplamaktadır. Yatırımcılar ise yurtdışı finansal piyasalarında hisse senedi veya borçlanma senetlerine yatırım yapmaktadır. Bankalar yabancı ülkelerde şube açma yoluyla gelişmeleri küreselleşme sürecini hızlandırmıştır. Mevduat, kredi ve tahvillere

yönelik Euro piyasaları finansal küreselleşmenin en açıklayıcı örneklerindendir. (Kübler, 2022:7)

Küreselleşmenin ekonomilere doğrudan ve dolaylı olarak 2 açıdan yararları bulunmaktadır. Ülkelerin ithal malların ve yabancı yatırımların ülkeye girişlerine izin vermesi daha rekabet ortamını kızıştıracaktır. Tempoya ayak uyduramayan yerel firmaların gelirleri düşmesi ve nakit akışları negatif olarak etkilenmesi firmaları dış finansman kaynağına yönlendirecektir. Başvurulan finansal kaynakları, firmalara sadece asimetrik bilgi sorunu çözüldüğünde fayda sağlayacağından dolayı yerel firmaların finansal sistemin daha iyi işlemesini sağlamak için gerekli kurumsal reformları destekleme ihtimalleri artacaktır. Bu uygulamanın sonucunda finansal piyasaların gelişmesi ekonomik büyümeye fayda sağlayacaktır. Bu durum finansal sisteme dolaylı olarak fayda sağlayacaktır. Yabancı finansal kurumların finansal piyasalara girişi ise ekonomik kalkınmanın teşvik edilmesinde doğrudan role sahiptir. Yabancı finansal kurumlar piyasa girdiğinde rekabet ilkesi gereği yerel finansal kurumlar daha verimli çalışmak zorundadır. Yabancı kurumlar yerel piyasalara girerken en iyi uygulamaları, uzmanlıklarını ve kullandıkları yeni teknolojileri beraberinde getirir ve yerel kurumlar tarafından yeni uygulamaların benimsenmesi yerel piyasaların gelişmesine olanak tanır. Ayrıca yabancı finansal kurumların yerel piyasaya girmesi piyasadaki bilgi kalitesini iyileştirmeyi amaçların kurumsal reformların hayata geçirilmesini kolaylaştırmaktadır. (Mishkin F. S., 2007:271)

1.5 Finans Alanında Bilgi Problemleri

Finans alanında bilgi sorunu, karar alma ve yatırım süreçlerinde finansal bilginin mevcudiyeti, doğrulanabilirliği, güvenilirliği, yorumlanması ve doğru değerlendirilmesi ile ilgili zorlukları ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu sorun kişisel finans, kurumsal finans, analiz, yönetim, çeşitli yatırım kararları veya mevzuata uygunluk gibi çeşitli alanlarda zaman zaman boy göstermektedir.

Finansal bilgi sorununu arttıran yayılmasını sağlayan bazı etmenler bulunmaktadır. İlgili verilerin paydaşlar için hazır ya da erişilebilir olmadığı durumlarda finansal bilgi sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu sorun yetersiz raporlama yöntemleri, tam olarak uygulanmayan şeffaflık ilkesi ya da eksik veri erişiminden dolayı kaynaklanmaktadır. Yayılan finansal bilgilerin kalitesi de paydaşlar açısından önem arz etmektedir. Düşük kaliteli, kolayca

doğrulanamayan bilgiler yanıltıcı veya eksik olmasından dolayı paydaşların karar alma süreçlerinde daha fazla risk almalarına ve dengeli olmayan kararlar vermelerine sevk edebilir.

Finansal bilgi sorunu, finansal verilerin manipölasyonu veya yanlış beyanı gibi konuları da bünyesine dahil etmektedir. Finansal raporların hile ile değiştirilmesi, muhasebe ilkelerine aykırı davranarak sayısal verilerin değiştirilmesi ve açıklamaların yanıltıcı özelliği sahip olması paydaşların finansal kayıplarına neden olabilir. Finansal kayıpların paydaşların psikolojik olarak negatif etkilenmesine yol açabilir. Bu tür uygulamalar kasıtlı dolandırıcılık suçu kapsamında değerlendirilir ve finansal raporlamanın bütünlüğüne ve şeffaflığına olumsuz olarak etki eden sonuçlar doğurabilir.

Finansal bilgi sorununun açısı da finansal veriler yorumlanırken yaşanan zorluklar olarak ortaya çıkmaktadır. Finansal veriler, özellikle sınırlı finansal okuryazarlığa sahip paydaşlar tarafından kolaylıkla yorumlanamayabilir. Finansal verilerin hatalı ya da eksik yorumlanması yanlış yatırım kararları alınması ve mali kayıplar yaşanmasına yol açabilir.

1.5.1 Asimetrik bilgi

Finansal bilgi sorunundaki en temel konuların başında gelen olgu asimetrik bilgi olarak tanımlanmaktadır.

Bir konu hakkında iki taraftan birinin diğerine göre daha fazla bilgiye sahip olması olgusuna asimetrik bilgi olarak tanımlanmaktadır. Bilgi asimetrisinin mevcut olduğu koşullarda bireysel yarar sosyal yara üstünlük sağlayarak başarılı olma ihtimalini azalmaktadır. Asimetrik bilginin başlıca kaynağı bilginin belli bir amaca yönelik olarak sunulmasıdır. Bilgi üzerinde güç sahibi olmak bilginin eksik, yanlış veya taraflı sunulmasına yol açmaktadır. Bu durum asimetrik bilginin yayılmasına neden olmaktadır. (Yıldırım, 2019:219)

Bir borçlunun ya da yatırım yapılan kurum ya da kuruluşların ödeme kabiliyetlerini değerlendirmek genellikle daha kolaydır çünkü borçlu tarafın verileri daha kolay ulaşılabilir durumda olabilir. Borçlunun ödeme istekliliği gözlenemediği için değerlendirilemez. Borç veren tarafın sahip olduğu bilginin eksikliği bilgi asimetrisine yol açmaktadır. Asimetrik bilginin en büyük kaynağı, borçlunun gelecekteki ödemeleri yapma taahhüdü ve bu ödemeleri yapma olasılığını azaltabilecek faaliyetlerde bulunma niyetinde olup olmadığı yani borcun ödenmeme riski konusunda borç verenden daha fazla

ve daha kaliteli bilgiye sahip olmasıdır. Asimetrik bilginin var oluşu, finansal piyasaların tam rekabetçi olmadığını ve bilgi dışsallıkları yaratarak piyasa başarısızlığına yol açmaktadır. Asimetrik Bilgi, ters seçim ve ahlaki tehlike olmak üzere 2 tür probleme yol açmaktadır. (Knoop, 2013:22)

1.5.2 Ters seçim

Ters Seçim asimetrik bilgiden kaynaklı bir sorun olarak finans alanında rol almıştır. Amerikalı Ekonomist George Akerlof tarafından 1970 yılında yayınladığı “The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and Market Mechanism” adlı makalesi asimetrik bilgi ve ters seçim üzerinde yapılmış önemli bir çalışma olarak kayıtlara geçmiştir. George Akerlof çalışmasında limon olarak adlandırdığı sorunlu otomobilleri incelemiştir. Sorunlu arabalara limon olarak hitap etmesinin nedeni ise Amerikan konuşma dilinde sorunlu arabaların limon olarak bahsedilmesinden kaynaklıdır. Akerlof bu çalışmasında taraflar arasındaki bilgi farkından kaynaklanan dengesiz durumu açıklamayı amaçlamaktadır. Akerlof ters seçimin gerçekleşmesini dört koşula bağlamıştır:

- Taraflardan birinin ürün malzemesinin kalitesi hakkında daha fazla bilgiye sahip olması,
- Her iki tarafında ürün kalitesini değerlendirebilmesi
- Fiyatı belirleyen tarafın daha fazla bilgiye sahip olması,
- Ürünün sağlam hammaddeye sahip olmasının kaliteye ilişkin belirsizliği ortadan kaldıramamasıdır.

Düşük kaliteli otomobil satan taraf, otomobili için verilen teklifin otomobilin gerçek değerinden daha üstteki seviyede olduğunu bildiğinden dolayı kendisine yapılan teklifi kabul edecektir. Daha kaliteli otomobile sahip olan taraflar piyasadan geri çekileceği için kalitesiz olarak nitelendirilen otomobiller (limonlar) piyasada hâkim konuma gelecektir. Eğer piyasadaki mevcut kalitesiz otomobillerin sayısı, kaliteli araçların sayısını geçerse ters seçim olayı meydana gelecektir. Sonuç olarak ters seçim, bilgilerin gizlenmesinden kaynaklanan bir problem olarak tanımlanmaktadır. (Akerlof, 1970 ve Yıldırım, 2019:220)

Akerlof, limon piyasasında yaşanan durumun finansal piyasalarda da gerçekleşebileceğini öne sürüp sigorta sektörünü bu duruma örnek olarak göstermiştir. 65 yaş ve üstündeki insanlar sağlık sigortası yapmaları konusunda zorluk yaşamaktadır. Çünkü yaş ilerledikçe artan sağlık kaybı riski, sigorta şirketlerini sağlık sigortası

konusunda hazırlıklı olmasına zorlar. Fakat sağlık sigortası fiyatları bu riski karşılayacak kadar yüksek seviyede belirlenmemektedir. Örnek verilen durumun nedeni olarak ters seçim etkisi gösterilebilir. (Alp ve Karakaş, 2008:219)

Finansal piyasalarda potansiyel hisse senedi yatırımcısı, beklenen yüksek seviyedeki karları ve riski düşük sağlıklı şirket ile düşük seviyede beklenen kar ve yüksek riskli şirket arasında kolaylıkla ayırım yapamaz. Bu durumda yatırımcı, ortalama kalitedeki hisse senedi bedelini ödemeye istekli olacaktır. Ödenen fiyat kaliteli şirket ile kalitesiz şirket hisse senedi fiyatlarının arasında kalacaktır. Eğer kaliteli firmanın sahipleri ya da yöneticileri yatırımcıdan daha fazla bilgiye sahipse ve şirketlerinin kalite olduğunun farkında iseler ortalama kaliteli firmanın hisse senedi bedelinden kendi şirketlerinin hisselerini satmayı arzu etmemektedirler. Hisse senetlerini ortalama kalitedeki bir şirketin hisse senedi fiyatından satmaya razı olan şirketler, şirketlerinin ederinden fazla fiyata satılacağını farkında olan kalitesiz şirketlerdir. Yatırımcı kalitesiz şirketlerin hisselerine yatırım yapmak istemeyeceği için hisse senedi piyasası etkin olarak çalışmayacaktır. (Şen, 2015:3)

1.5.3 Ahlaki tehlike

Asimetrik bilginin yarattığı bir diğer sorun ise ahlaki tehlikedir. Borç veren taraf borç alan kişinin gerçekleştirdiği projenin aşağı yönlü riskinin bir kısmına ortak olmaktadır. Eğer borç alan kişinin çalıştığı proje başarılı olamazsa ve borç temerrüde düşerse borç veren parasının tamamını ya da bir kısmını geriye alamamam riski ile karşı karşıyadır. Buna karşın, eğer proje başarılı olursa borç veren kişi projenin getirilerinden kendisine herhangi bir hak iddia edememektir. Borç alan kişi büyük karlar etse de borcu dışındaki kısmını borç veren kişi ile paylaşmak zorunda değildir. Borç alan kişilerin bir proje ya da bir yatırımın riskli kısımlarını başkaları ile paylaşıp risksiz ya da başarılı kısımlarını sadece kendilerine saklayabilmeleri borç alan tarafın kendi parasını kullanırken alacağı riskten daha fazla risk almasına yol açabilir. Bu durum ahlaki tehlike olarak adlandırılır. Finansal sistemlerde ahlaki tehlikeye birçok kaynak neden olabilir. Birçok finansal kurumun ya da bireyin hem borç alan hem de borç veren konumunda olduğu düşünüldüğünde bir ekonomik sistemde bir aktörün hem ahlaki tehlike mağduru hem de ahlaki tehlike sorununa yol açması mümkün gözükmemektedir. (Knoop, 2013:22)

Ahlaki tehlike sorununu gizli eylem yaratmaktadır ve işlem bittikten sonra meydana gelen bir sorundur. Ahlaki tehlike bir şekilde ilişki içinde olan her iki taraftan birinin diğerine

göre daha fazla bilgiye sahip olma durumudur. Bu kavram ilk defa sigortacılık sektörü için kullanılmıştır. Sigorta yaptıran kişilerin sigorta yaptırmadan öncesi kadar tedbirli davranmamaları maliyet unsuru olarak dikkate alınması gereken ahlaki tehlike durumudur. (Yıldırım, 2019:222)

Ahlaki tehlike sorunları finans ve kredi piyasalarında sıklıkla gözlenmektedir. Kredi alan taraf kredi veren tarafın görüşüne göre ahlaki olmayan faaliyetlerde bulunarak kredi vereni zor duruma düşürmektedir. Bu davranışlar, temerrüt olasılığını önemli derecede arttırmaktadır. Krediyi alan taraf, krediyi veren tarafa başarısından pay vermezken başarısızlığının sorumluluğunu krediyi veren tarafın omuzlarına yüklemektedir. Finansal piyasalar ödünç vereceği fonu kaybetmektense daha az sayıda güvenilir kişilere borç vermeyi tercih etmektedir. Bu tercih finansal sistemin etkin çalışmamasına neden olarak piyasa dengesini bozmaktadır. (Alp & Karakaş, 2008:221)

2. YATIRIMCI İLİŞKİLERİ

Bu bölümde yatırımcı ilişkileri alanının tanımı, paydaşları, stratejisi ve kullandığı en iyi uygulamalar üzerinde durulmaktadır. Bölüm sonunda daha önce yapılan benzer çalışmalar hakkında literatür taraması yapılmıştır.

2.1 Yatırımcı İlişkileri Tanımı

Ekonominin ve finans piyasalarının küresel hale gelmesi ve internetin hız kesmeden gelişip tüm dünyaya yayılması iletişimi ve bilgiye erişimi oldukça kolay hale getirmiştir. Finansal iletişim öncülerinden biri ise şirketlerin yatırımcı ilişkileridir. (Valentine, 2015:2)

Yatırımcı ilişkileri, bir şirketin mevcut ve ileriye dönük potansiyeli ile ilgili olarak operasyonel ve finansal performansını, sermaye piyasaları düzenleyici kuruluşlarının belirlediği düzenlemeler çerçevesinde hisse senetlerinin adil değerlemesine katkıda bulunan stratejik bir birimdir. Yatırımcı ilişkileri bölümü, şirket yönetim kurulu ve üst yönetimi ile kurumlar, yatırımcılar, analistler gibi sermaye piyasası paydaşları arasındaki çift yönlü iletişimi sağlamakla yükümlüdür. Bunun yanı sıra, şirket yöneticilerinin verdiği mesajlarda tutarlılığı ve uyumu gözetmek adına, kurumsal iletişim bölümü ile yakinen çalışarak, yatırım topluluğu ve finansal medyaya özellikle strateji ve finans alanında verilen mesajların tutarlı olmasını temin etmektedir. Yatırımcı ilişkileri bu stratejik yönü yerine getirebilmek için etkin bir program geliştirir, doğru iletişim ile algıyı oluştururken en iyi yatırımcı ilişkileri uygulamaları ile de itibarı yönetir. (Tüyd, Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları, 2022:4)

Yatırımcı ilişkileri, finansal bilgileri hazırlayan yönetim ve yönetim kurulu ile bu bilgilerin kullanıcıları olan yatırımcılar, analistler, medya ve diğer paydaşlar arasında bir köprü görevi görmektedir. Şirket ile yatırım topluluğu arasında verimli ve etkili bir etkileşim kurmayı amaçlamaktadır. (Brennan & Tamarowski, 2000) Yatırımcı ilişkileri, bir şirketin profilini ve kurumsal yatırımcılar nezdindeki güvenilirliğini arttırmanın yanı sıra analistlerin firma üzerindeki dikkatini arttırmayı hedeflemektedir. (Marston, 2008:1)

Yatırımcı ilişkileri finans, iletişim, pazarlama ve hukuk disiplinlerinin birbirleriyle uyum içinde entegre olduğu şirket, finansal topluluk ve diğer çevreler arasında çift yönlü en

etkin iletişimin kurulmasını amaçlayan ve nihai olarak şirketin varlıklarının adil olarak değerlendirilmesini sağlayan stratejik yönetim sorumluluğudur. (Niri, tarih yok)

Almanya Yatırımcı İlişkileri Derneği (DIRK) ise yatırımcı ilişkilerini şirketin mevcut ve potansiyel yatırımcıları ile ve sermaye piyasası aracılılarıyla ilişkilerin kurulması ve geliştirilmesine yönelik stratejik yönetim görevi olarak tanımlamaktadır. (Dirk, 2021)

2.1.1 Yatırımcı ilişkilerinin gelişimi

1929'da yaşanan ve tüm dünyayı etkileyen Büyük Buhran yatırımcıların finansal piyasalara olan güvenini önemli derecede azaltmıştır. Amerikan Hükümeti yatırımcıların güvenini geri kazanmak ve finansal piyasaları canlandırmak amacı ile 1933 ve 1934 yıllarında SEC'i kurarak Menkul Kıymetler Kanunlarını yasalaştırmıştır. İkinci Dünya savaşı nedeniyle yine zor zamanlar yaşayan finansal piyasalar, 1950'li yıllarda askerlerin iş gücüne katılması, doğum oranlarının artması gibi nedenler ile piyasalarda durgunluk sona erdi ve güçlü ekonomik gelişmeler yaşandı. Tahvil faiz oranlarının düşük olması ve enflasyonun olmaması borsanın iyi bir yatırım olarak görülmesine yol açtı. Buna ek olarak yatırım fonları, emeklilik fonları ve sigorta şirketlerinin yanı sıra bireysel yatırımcıların sayısı hızla artış gösterdi.

Borsaya olan bireysel yatırımcı akımı, şirketleri zor duruma soktu. Şirketler daha önceki yıllarda özellikle düşük sayıda hisseye sahip bireysel yatırımcılara önem vermiyordu. Fakat yaşanan bu değişim hem piyasanın hem de şirketlerin ihtiyaçlarını değiştirmiş oldu. Şirket ürünlerinin potansiyel alıcıları olan şirket hissedarlarının sayısı artması büyük değişikliklerden biriydi. 1956 yılında halka arz olan Ford Motor Company, sigortacılar tarafından satış çabalarını 200 veya daha az hisseye sahip alıcılara odaklanmalarını istemiştir. Bu isteği arkasında Ford'un otomobil ve kamyonlarını satabilmeleri için yeni müşteri havuzu oluşturma amacı yatıyordu. Ford'un halka arzı dönemine göre en büyük halka arzı ve küçük hisse sahibi stratejisi büyük bir başarı olarak kayıtlara geçmiştir.

1953 yılında General Electric Company Yönetim Kurulu Başkanı şirketin liderlik yapısını tekrar düzenleyerek şirket yönetiminde önemli değişikliklere imza attı. Yapılan organizasyon değişikliği bilinen ilk Yatırımcı İlişkileri Departmanı'nı ortaya çıkardı. Yatırımcı İlişkileri Departmanı yatırımcılarla ilişkilerini resmileştirme yönünde sistematik çabalarını destekledi ve hissedarlar ile iletişim konusundaki ilk derinlemesine araştırmayı gerçekleştirdi.

Yatırıma yönelik ilginin artması hisse senedi fiyatlarının artması ve ekonominin canlanmasına yardımcı oldu. Şirketler açısından olumsuz tarafı ise yeni hissedarlarının kendileri söz hakkına sahip olarak görmesi ve seslerini çıkarmak istemeleriydi. Hissedarlar tarafındaki bu yeni yapılanma şirket yönetimin otoritesine ve geleneksek hissedar davranışı beklentilerine meydan okuyordu. Büyüyen hissedar tabanı ile iletişim kurma ihtiyacı artınca şirketler halkla ilişkiler profesyonellerine yöneldi. Halka açık şirketler hissedar ilişkilerine önem vererek halkla ilişkiler bölümünü geliştirmeyi amaçladı. Şu anda yatırımcı ilişkilerinin kullandığı faaliyet raporları, yıllık toplantılar ve gösterişli ürün broşürleri o dönemde ön plana çıkmaya başladı.

1970’li ve 1980’li yıllarda yatırımcılar profesyonel yardım için danışmanlara yönelmesi ile birlikte yatırım fonu endüstrisinde güçlü bir büyüme gerçekleşti. Bu büyüme, halka arz olan firma sayısının artmasıyla birlikte 1990’lı yıllarda da devam etti. Böylece şirketler yatırımcılarla olan iletişimin sağlıklı olarak kurulabilmesi için yetenekli ve eğitilmiş yatırımcı ilişkileri uzmanlara ihtiyaç duydu. (DiStaso, 2018:10)

2000’li yıllarda finansal piyasaların gelişmesi ile beraber finansal piyasa katılımcıları da şirketlerin yatırımcı ilişkilerine karşı beklentilerini arttırmıştır. Finansal piyasa katılımcıları, şirket içindeki ve çevresindeki durum hakkında eksiksiz bilgi sağlaması sayesinde yatırımcı ilişkilerini sistematik ve spesifik finansal yatırım riski seviyesini azaltacak bir araç olarak algılamaya başladılar. Bu gelişmeler ile birlikte günümüzde, yatırımcı ilişkileri faaliyetleri dünya çapında kabul görmekte ve gelişmeye devam etmektedir. (Dziawgo, 2012:60)

2.1.2 Yatırımcı ilişkilerinin önemi ve amacı

Halka açık şirketlerin mevcut ve potansiyel yatırımcılarla faaliyet raporları, finansal tablolar gibi belirli bilgileri paylaşımları düzenleyici otoriteler tarafından zorunlu tutulmuştur fakat şirketler bu bilgileri yatırımcılara sağlayabilmek için yatırımcı ilişkileri departmanı kurmak zorunda değildir. Şirketlerin yatırımcı ilişkileri fonksiyonları bulunmadığında yatırımcılar yalnızca medya, internet ve şirketin yayınladığı raporlar ile yetinmek zorunda kalırlar ki bu durum hem yatırımcının yapacağı analizi hem de şirketin doğru anlaşılmasını olumsuz olarak etkilemektedir. Bu sınırlı bilgi havuzu ile yatırımcılar şirketin hisselerini almaya daha az meyillidir ve şirket genellikle karşılaştırıldığı şirketlerin ortalama piyasa değerinin üzerine çıkmasını engellemektedir.

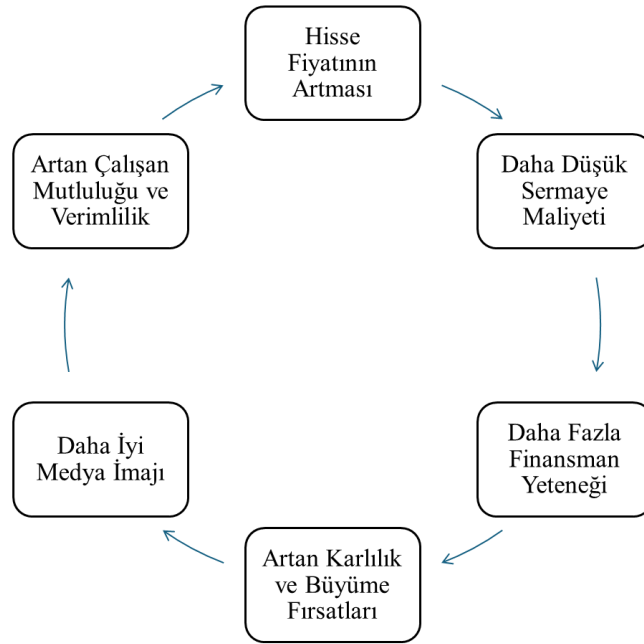
Hissedar ilişkilerine önem vermeyen şirketlere talep az olacağından dolayı hisse fiyatı düşük seviyelerde seyredecektir. Bu sebeple şirketin sermaye maliyeti daha yüksek olma eğilimindedir çünkü hisse başına daha az fon elde edilecektir. Ayrıca şirketler tarafından tutarlı yatırım mesajları verilmediğinde açığa satış yapanlar, kar edebilecekleri kısa vadeli fiyat düşüşlerini tetikleyebilmek için piyasaya hatalı bilgi vermeye daha meyilli olacaktır. Hisse fiyatının düşük olması şirketin piyasa değerini de düşüreceği için şirket yönetimi bu durumdan memnun olmayacaktır çünkü satın alma ya da birleşmeler olduğunda bu durum şirket yönetiminin aleyhine olacaktır. (Bragg, 2010:2)

Şirketler bahsedilen olumsuz durumları engelleyebilmek için faaliyet raporu, finansal tablolar gibi zorunlu paylaşımların dışında şirketin faaliyetleri, pazarlama stratejileri, yatırım hedefleri, operasyonel ve finansal kararlar, geleceğe yönelik beklentileri, satın almalar ve genel sektör durumu gibi yatırımcının kararını etkileyebilecek bilgileri yatırımcılar ile sürekli, detaylı ve şeffaf bir biçimde paylaşması gerekir. Mevcut ve potansiyel yatırımcılar ile iletişim kanalları basın bültenleri, konferans görüşmeleri, genel kurul toplantıları, fiziksel ya da internet üzerinden yapılan yatırımcı sunumları aracılığı ile yapılabilir. Şirketle alakalı kritik bilgilerin dağıtımı yatırımcı ilişkilerinin sorumluluğundadır çünkü yatırımcı ilişkileri şirketten çıkan tüm finansal iletişim süzüldüğü filtredir. Yatırımcı ilişkileri sadece şirketle ilgili bilgileri açıklama sorumluluğunu yönetmekle kalmaz, aynı zamanda şirketin özkaynak değerini korumak veya arttırmak için uğraş vermektedir. Sermaye piyasası bilgisi ve sektöre özgü bilgi birikimi olan yatırımcı ilişkileri çalışanı hisse senetlerinin neden ve sonuçlarını anlamakta ve bu bilgiyi şirketin stratejik planın dahil etmektedir. (Ryan & Jacobs, 2005)

Yatırımcılar, hedeflerine ve alabildikleri risk çerçevesinde kendilerine yatırım stratejisi belirlemektedir. Yatırım stratejileri büyüme, temettü ya da az talep gören şirketleri içerebilir. Farklılıklar ne olursa olsun, yatırımcılar şirketler tarafından bilgileri alır ve kantitatif modellerden geçirir. Daha sonra sonuçları aynı sektördeki benzer şirketler ile karşılaştırarak ve kendi stratejisine uygun göstergelere dayanarak yatırım kararı almaktadır. Bu bilgiler şirketin bilançosu, gelir tablosu ve nakit akış tablosunda açıklanması gereken mali bilgilerden elde edilen, herkesin rahatça ulaşip modelleme yapabileceği temel bilgilerdir. Bir de maddi olmayan unsurlar vardır ki, bu alanda yatırımcı ilişkilerin oyunun zirvesinde olması gerekmektedir. Maddi olmayan değerler, değer in nüansları, beklentilerin ve algının yönetilmesi, şirketin finansal performansı,

sektöründeki konumu, şirketi tanımlama, sunma ve diyalog yaratma becerisidir. Maddi olmayan varlıklar değeri en üst düzeye çıkarmanın önemli bir bileşenidir. Bir şirketin değeri yüzde 20'si ile 40'ı doğrudan maddi olmayan unsurlardır. Yatırımcı ilişkilerinin buradaki en büyük sorumluluğu şirket yönetiminin değerlemeyi en üst düzeye çıkarmasına ve yatırımcıların bunu anlamasına yardımcı olmaktır. (Irwin, 2023:5)

Şekil 1. Yüksek hisse fiyatı döngüsü (Ryan & Jacobs, 2005:8)



Şekil 1’de yüksek hisse fiyatı döngüsü verilmiştir.

Sermaye maliyeti bir şirketin özsermaye değeri tarafından belirleniyorsa, herhangi bir zamanda bu değeri en üst düzeye çıkarmak şirket açısından önem arz etmektedir. Şekil 1’de belirtildiği üzere finansal getirilerin ötesinde, çalışanlara ve ortakları teşvik eder, önemli stratejik faaliyetleri destekler, medyayı etkiler ve rakiplerinden daha üstün bir yatırım getirisi yatırabilir. Hisse fiyatının artması şirkete olan talebin arttığını göstermektedir. Artan talebin sebebi yatırımcı ilişkilerinin stratejik ve tutarlı iletişimi olmalıdır. Bu iletişim hisse fiyatı, fiyat-kazanç oranı ya da diğer değerlendirme modellerinde önemli ve pozitif etkiye sahip olmalıdır. Yatırımcı ilişkilerinin uygulayacağı kaliteli ve şeffaf iletişim şirketin piyasa değerinin artmasında önemli bir role sahiptir. (Ryan & Jacobs, 2005:8)

Efektif bir yatırımcı ilişkilerinin temel amacı hissedarlar ve daha geniş finansal piyasalarla iletişimi sağlayarak sermaye maliyetini en aza indirmek ve böylece şirketin tam ve adil piyasa değerine ulaşmasını sağlamak olmalıdır. Sermaye maliyetinin düşürülmesi gelecekte finansal piyasalar aracılığıyla sermaye artırımını kolaylaştırmalı ya da bir şirketin hisselerini para birimi olarak kullanarak satın alım veya birleşme işlemi gerçekleştirmelidir.

Yatırımcı ilişkileri, hisse fiyatına istikrar getirebilir, oynaklığı en aza indirebilir ve stratejik planlamanın temeli olarak bir şirketin değerlemesine daha fazla öngörülebilirlik sağlamaktadır. Aynı zamanda hissedar tabanındaki istikrarı da destekleyebilir, bu da şirketin stratejisinin sadık bir çekirdek yatırımcı grubu tarafından destekleneceği anlamına gelmektedir. Olumlu ve gelişen yatırımcı ilişkileri uygulamaları, hisse senedinde likidite düzeylerinin artmasına yol açacak ve bu da şirket sermayeye daha kolay ve daha ucuz erişim sağlayacaktır. Dolayısıyla yatırımcı talebi artacak ve temel hissedarların desteğini güçlenecektir. (Tadawul, 2018:10)

2.1.3 Yatırımcı ilişkilerinin rolü ve sorumlulukları

Yatırımcı ilişkileri birimi oluşturulurken ilk adım olarak departmanın amacı ve hedefleri belirlenmelidir. Yönetim kurulu bu hedefleri belirlerken titiz davranmalıdır. Nihayetinde yatırımcı ilişkilerinin temel amacı şirketin piyasa değerini maksimize etmektir. Bu sayede şirket minimum hisse senedi karşılığında maksimum piyasa değerini elde edecektir. (Bragg, 2010:2)

Yatırımcı ilişkileri birimi, iyi yönetilen bir şirketin yetenekleri ve uzun vadeli beklentileri açısından iş dünyasında tanınma ve güvenilirlik kazanmasına katkıda bulunmalıdır. Tanınma ve güvenilirlik, çalışanları ve ailelerinin moralini ve şirkete sadakatini arttırabilir, yeni çalışanların ve yöneticilerin işe alınmasını kolaylaştırabilir, satışları arttırabilir ve hükümet yetkilileri, düzenleyici otoriteler ve kamu kurumlarıyla sağlıklı ilişkiler kurulmasına destek olabilir. (Ellis, 1985)

Yatırımcı ilişkileri içerik ve biçim açısından zaman içerisinde tutarlılık sağlamaktan sorumludur. Bu sorumluluğu yerine getirmek için birimin her zaman düzenli bir iç ağı ve özellikle de şirket operasyonlarının yöneticilerine erişimi olması önem arz etmektedir. Yatırımcı ilişkileri şirketin mesajlarının şekillendirilmesinde yer almalı ve zaman içinde

mesajların gelişimleri konusunda söz sahibi olmalıdır. Yatırımcı ilişkilerinin şirketin iletişimi yönetiminde iki rolü vardır.

Bunlardan ilki uyarı rolüdür. Yatırımcı ilişkileri analistlerin tavsiyelerindeki değişiklikler, analist tahminleri ile şirket içi tahminler arasındaki uyumsuzluklar, söylentiler, halk açık oranındaki değişiklikler, yeni değerlendirme kriterlerinin getirilmesi ve rekabetle ilgili piyasa raporları hakkında yönetimi bilgilendirir. İkinci rol ise öneri getirmedir. Yatırımcı ilişkileri finansal ve stratejik iletişimin yanı sıra ticari ve endüstriyel mesajların içeriği hakkında öneri sunmaktadır. Örnek olarak analistler tarafından kullanılan finansal modellerde seçilecek şirketin kritik performans göstergelerinin hangileri olduğu konusunda öneride bulunur. Yatırımcı ilişkileri sayesinde hazırlanan kurumsal yönetim ilkelerinin özünü oluşturan bilgilendirme politikası sayesinde üçüncü taraflar şirketin ciddi ve profesyonelce yönetildiği anlaşılabacaktır.

Yatırımcı İlişkileri departmanı hukuk, mali işler ve finans birimleri ile sürekli dirsek temasında bulunmak zorundadır. Şirket bilgilerinin üçüncü taraflara yayılmasını düzenleyen yasal yükümlülükler hakkında farkındalık ve bunlara uyumluluğun sürdürülmesi hakkında hukuk bölümü ile sürekli iletişim halinde olmalıdır. Şirket içindeki tüm çalışanların düzenleyici otorite kurallarından ve içeriden öğrenilenlerin ticareti konusunda ilgili yasalardan haberdar olması konusuna yatırımcı ilişkileri biriminin özellikle dikkat etmesi gerekmektedir. Bu sayede, şirket çalışanları üçüncü taraflar ile toplantı yaparken hangi bilginin paylaşılmalı paylaşılmayacağı konusunda bilgi sahibi olmaktadır. Yatırımcı ilişkileri kurumsal yönetim çerçevesinde finansal bilgilerin düzenlenmesindeki değişiklikler ve yeni muhasebe standardına geçişlerinden finansal iletişimin sağlıklı ve verimli olabilmesi için haberdar olması gerekmektedir. (Guimard, 2008:33)

Yatırımcı ilişkileri biriminin temel rolü ve sorumlulukları,

- Finansal piyasalarda şirkete duyulan güveni arttırmak ve şirketler arasında ayırt edilebilir profil oluşturmak,
- Şirketin öyküsünü ve rekabet avantajı yaratacak unsurları paydaşlara, kapsamlı ve doğru bir şekilde iletmek,
- Şirketin gelirleri, net borç kalemleri gibi finansal unsurların kurumsal strateji ve piyasa koşulları çerçevesinde piyasalara şeffaf bir şekilde iletilmesi,

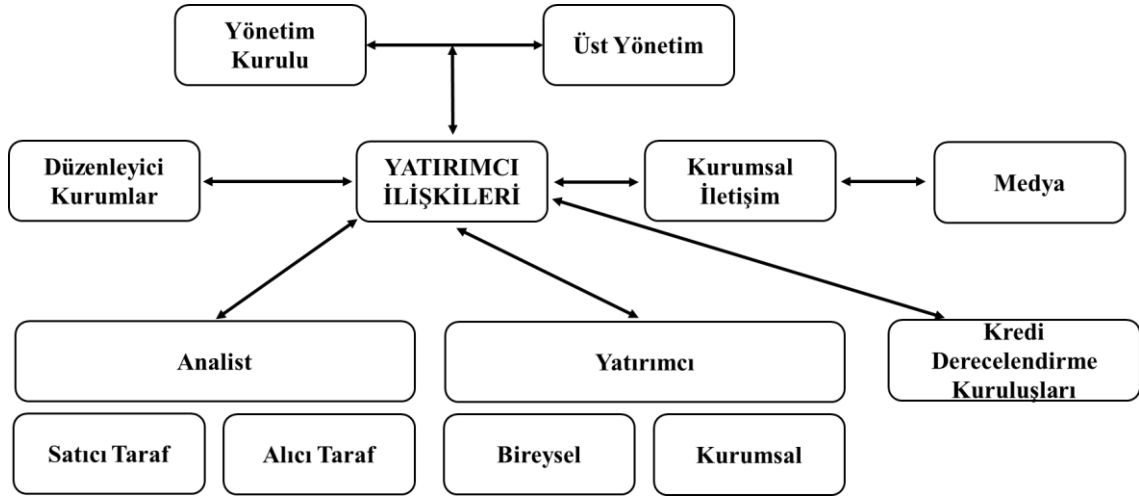
- Şirketin ve yönetimin güvenilirliğini güçlendirmek için mevcut ve potansiyel yatırımcılarla ilişkilerin sağlıklı bir şekilde kurulması,
- Yatırımcı ilişkilerinin fonksiyonu ve yararları konusunda şirket çalışanlarını bilgilendirerek şirket içi farkındalığın oluşturulması,
- Genel olarak piyasanın dinamiklerini ve piyasada yaşanan sorunlar karşısında paydaşların ve yönetimin şeffaf ve eksiksiz olarak bilgilendirilmesi,
- Düzenleyici otoriteler tarafından belirlenen kuralların tam olarak yerine getirilmesi,
- Kurumsal yönetim çerçevesinde şirketin bilgilendirme yönetiminin istikrarlı olarak sürdürülebilmesi olarak ifade edilebilir. (Irwin, 2023:6)

2.2 Yatırımcı İlişkileri Paydaşları

Yatırımcı ilişkileri vasıtasıyla yönetim kurulu ve üst yönetim finansa piyasa paydaşları ile şeffaf, profesyonel ve duyarlı bir şekilde iletişim kurmaktadır. Yatırımcı ilişkileri ekibi, şirket adına finansal analistler, portföy yöneticileri, kurumsal ve bireysel yatırımcılar ve düzenleyici otoriteler ile bilgiyi eşit ve tutarlı kullanarak iletişim kurmaktadır. (Prat, 2023:57)

Yatırımcı ilişkileri organizasyon içinde merkezi ve merkezileştirici bir işlev görmektedir. Kurumsal stratejide kilit bir rol oynar ve bu da borsada işlem gören şirketlerin hisselerinin gerçeğe uygun değerinin belirlenmesinde rol oynar. Şirket ve finansal piyasalar arasında aracı olarak belirleyici role sahiptir. Bu rol şirketin kimliğini iletmek, yeterli değerlemeye yönelik pazar konumunu belirlemek ve kurumsal itibarı arttırmak olarak ifade edilebilir. (Valentine, 2015:25)

Şekil 2. Yatırımcı ilişkileri paydaşları (Tüyid, Yatırımcı İlişkileri Nedir, 2023:4)



Şekil 2’de yatırımcı ilişkileri paydaşları gösterilmiştir.

2.2.1 Yönetim kurulu ve üst yönetim

Sermaye piyasalarının gelişmesi, halka arz olan şirketlerin artması ve alternatif yatırım araçlarının çoğalması şirketlerin operasyonel rekabetinin yanında yatırımcının ilgisini çekme, koruma ve çeşitlendirme gibi konularda da rekabet edilmesine yol açmıştır. Bu bağlamda yatırımcı ilişkilerinin rolü, şirket yönetim kurulu ve üst yönetime sadece yatırımcı geribildirim aktarmanın ötesine geçmiş; farklı yöntemler ile ölçülebilen yatırımcı beklentileri ve önceliklerini ülke, sektör ve şirket hakkında düşünce ve önerilerini, piyasa ve rekabet analizini ve potansiyel riskler ile fırsatları içeren kapsamlı bir stratejik danışmalığa dönüşmüştür. Bu stratejik danışmanlık yönetim kurulunun sermaye tahsisinde, şirket hedeflerinin belirlenmesinde, operasyonel veya finansal stratejiler geliştirilmesinde ve kurumsal yönetimde piyasa bilgisi ve yatırımcı beklentisine dayanan, daha bilinçli bir şekilde kararlar verilmesine yardımcı olmaktadır. Kriz yönetimi gerektiren durumlarda yatırımcı ilişkilerinin bilgi, istihbarat ve geribildirim sağlaması şeffaflık, itibar ve tutarlık açısından kıymetlidir. (Yağcı, 2023:1)

Yönetim kurulunun ve şirket üst yönetiminin hissedarlara karşı sorumluluğu bulunmaktadır. Yönetim kurulu, hissedarların ne düşündüğü ya da ne arzu ettiklerini öğrenebilmek için yatırımcı ilişkileri ekibi ile sürekli olarak iletişim halinde olmalıdır. Yatırımcı ilişkileri yönetim kuruluna anlaşılabilir bilgi aktarımında bulunmalıdır ve yönetim kurulu toplantılarına sürekli olarak katılmalıdır. Yatırımcı ilişkileri faaliyetleri

hakkında toplantılar düzenleyerek onları bilgilendirmeli ve bu sayede yönetim kurulu ile üst düzey kişisel ilişki kurmalıdır.

Yatırımcı ilişkileri, yönetim kurulu ile belirli bir çalışma ilişkisi kurduktan sonra, emsal bir grupla ya da hisse senedi endeksiyle karşılaştırılan hisse senedi fiyat performansı, yabancı yatırımcı oranı, yatırımcı ya da analist toplantıları hakkında özet bilgiler, hissedarları ayrıntılı olarak listeleme gibi yatırımcı ilişkileri temel göstergelerini içeren standart raporlama paketi geliştirmelidir. Şirketin durumunu daha iyi analiz edebilmek için buradaki püf nokta yönetim kuruluna karşılaştırılmalı verilerin iletilmesidir. (Bragg, 2010:178)

2.2.2 Düzenleyici kurumlar

Yatırımcı ilişkilerindeki en önemli paydaşlardan biri, düzenlemeleri uygulayan kurumlardır. Her ülkede düzenlemeleri uygulamaktan sorumlu en az bir kurum ya da kuruluş bulunmaktadır. Dünyada ilk kurulan düzenleyici kurum 1929 yılındaki büyük çöküş sonrası kurulan Amerika Birleşik Devletleri Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonu'dur (SEC).

Düzenleyici kurumlar yetki alanlarından bağımsız olarak birkaç ortak amaca hizmet etmektedir. Bu amaçlar arasında finansal piyasaların istikrarını korumanın yanı sıra yatırımcıları ve bir bütün olarak kamuyu dolandırıcılık ve diğer yasa dışı faaliyetlere karşı korumak yer almaktadır. Özellikle borsada işlem gören şirketlerin kurumsal ve bireysel yatırımcılar adına hisse senedi alıp satan yatırım yöneticileri ve yatırım firmalarının denetiminden sorumludur. (DiStaso, 2018:17)

Düzenleyici kurumlar şirketin finansal olayları, operasyonel faaliyetleri, yönetim haberleri ve özel durum açıklamaların kamuoyu nasıl açıklayacakları ve yatırımcılar ile nasıl etkileşim kuracaklarına dair çeşitli kurallar ve yönetmelikler uygulamaktadır. Düzenleyici kurumların buradaki temel amacı finansal piyasalarda oluşan bilgi asimetrisini minimize etmektir. Bunu engellemek için içsel bilgilere erişen kişilerin ilgili hisse hakkında işlem yapması yasaklanması gibi düzenlemeler geliştirmiştir. Yatırımcı ilişkileri şirketin raporlama ve açıklama yükümlülüklerini etkileyen yönetmelik değişiklikleri hakkında bilgi sahibi olmak zorundadır. Yatırımcı ilişkilerinin buradaki kritik rolü ise şirket faaliyetine devam ederken tabii olunan kural ve düzenlemelere

şirketin uyumlu olmasını sağlamak ve ilgili güncellemeler ve kural değişikliklerinden şirketin bütün paydaşlarını bilgilendirmektir.

Yatırımcı ilişkileri, şirketin açıklamaları veya yatırımcı iletişimleri ile ilgili sorular veya soruşturmalar sırasında düzenleyici kurumlar ile doğrudan iletişime geçebilir. Düzenleyici kurumlar gelen sorular için irtibat noktası olarak hizmet verirler ve düzenleyici kurumlarla ilgili sorunları etkili bir şekilde alabilmek için şirketin hukuk bölümü ile birlikte çalışmalıdır. (Ryan & Jacobs, 2005:27)

2.2.3 Kurumsal iletişim ve medya

Yatırımcı ilişkileri ve kurumsal iletişim, her ikisi de şirket dışı iletişim ve ilişkileri yönetmeyi amaçlayan fakat farklı odak noktaları ve hedefleri olan birbiriyle yakından ilişkili işlevlerdir. Yatırımcı ilişkileri, şirketin finansal paydaşlarla olan iletişimini yönetirken kurumsal iletişim, şirketin itibarını, imajını ve markasını yönetmektedir. Her iki işlevde etkili dış iletişim ve paydaş katılımı için önemlidir. Medya ise kurumsal iletişim kritik bir rolünü üstlenir çünkü medya bir şirketin haberlerde ya da sosyal medya uygulamalarında nasıl tasvir edildiği, hakkında neler konuşulduğu gibi kamu algısını şekillendirmede kilit bir öneme sahiptir. (Prat, 2023:121)

Medya ile olan iletişim sorumluluğu genellikle kurumsal iletişim birimlerinde olsa da zaman zaman ekonomi, finans ya da yatırım basınından medya yetkilileri yatırımcı ilişkileri ile doğrudan iletişime geçme girişiminde bulunabilirler. Kurumsal iletişimin amaçları ve hedefleri yatırımcı ilişkileri ile paylaşılarak medyaya karşı tutarlı ve sağlıklı açıklamaların yapılması gerekir. Şirket sözcülerinin uygun şekilde bilgilendirilmesi ve şirket sözcüsü medya ile iletişim kurduğunda yatırımcı ilişkileri ekibinden ya da kurumsal iletişim ekibinden bir temsilcinin eşlik etmesi gerekmektedir. Şirket sözcüleri tarafından doğru mesajların verilmesi medya kapsamında yatırımcı duyarlılığın artmasına ve şirketin kamuoyu nezdindeki olumlu etkisine katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak yatırımcı ilişkileri ve kurumsal iletişim birimlerinin etkin işbirliği dış iletişimin etkisini artırır ve paydaşlara verilen güveni korumaktadır. (Tadawul, 2018:17)

2.2.4 Yatırımcılar

Yatırım finansal büyüme elde etmek ya da belirlenen finansal hedefleri yerine getirmek amacı ile finansal varlıklara, işletmelere ya da girişimlere kaynakların taahhüt edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Yatırımcı ise zaman içinde pozitif getiri ya da yüksek oranda

kar elde etme beklentisine sahip sermayesini tahsis eden birey ya da kuruluş olarak ifade edilmektedir. Yatırımcılar, finansal piyasaların vazgeçilmez paydaşlarıdır ve ekonomik büyüme ve kalkınmanın kolaylaştırılmasında oldukça önemli rollere sahiptir.

Yatırımcı ilişkileri, hissedar tabanını mümkün olduğunca doğru bir şekilde belirlemek ve finansal piyasaların nasıl işlediğine dair derinlemesine anlayışını ve farklı yatırımcılar hakkındaki bilgisini kullanarak şirketin stratejisine en uygun yatırımcı türünü belirlemekten sorumludur. (Prat, 2023:98)

2.2.4.1 Bireysel yatırımcılar

Bireysel yatırımcılar, genellikle kendi adlarına yatırım yapan bir finansal varlığın bireysel sahipleridir. Bireysel yatırımcılar, analistlerin raporları ve tavsiyeleri ile kendi kendini yönlendiren ve bireysel yatırım kararı veren kişilerdir. Bireysel yatırımcıların piyasaya katılım oranı ve sayısı, teknolojik gelişmeler, finansal piyasalara erişimin kolaylaşması ve finansal okuryazarlık oranının artması sayesinde piyasalar olan tutumun değişmesinden dolayı önemli ölçüde artmış göstermiştir. Bu yatırımcılar genellikle ikiye ayrılır:

- Bireysel olarak hisse senetlerine veya tahvillere yatırım yapanlar
- Yatırım fonlarına yatırım yapanlar.

Bireysel yatırımcılar, küçük ve orta sınıf yatırımcıların büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır. Diğer bireysel yatırımcılar risk algısına göre emtialara, vadeli işlemlere ve günlük olarak spekülasyon yatırım yapmaktadır. Bireysel yatırımcılar son zamanlarda ise devlet katkısı, vergi avantajlı emeklilik yatırım aracı olan bireysel emeklilik sistemi yatırımlarına ilgi göstermektedir. (DiStaso, 2018:60)

Bireysel yatırımcılar finansal piyasalarda yatırım yaparken çeşitli hedeflerini gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Bu hedeflere genellikle kendilerine servet yaratma ya da emeklilik planlaması örnek verilebilir.

Bireysel yatırımcılar farklı yaş grupları, gelir düzeyleri, eğitim geçmişleri, yaşadıkları coğrafya ve meslekleri kapsamaktadır. Yaş ve gelir gibi faktörler risk toleransı etkilemektedir. Risk toleransı yatırım kararlarını etkileyen en önemli faktörlerin başında gelir.

Bireysel yatırımcılar finansal piyasalar üzerinde hem olumlu hem olumsuz etkileri vardır. Bireysel yatırımcılar hisse senedi ve diğer menkul kıymetlerin alım satımını yaparak

piyasa likiditesine katkıda bulunmaktadır. Bu durum piyasa etkinliğini arttırmaktadır. Diğer etkisi ise piyasanın hem coşkulu olduğu dönemlerde hem de çöküş dönemlerinde bireysel yatırımcıların davranışları, özellikle duyarlılığın arttığı dönemlerde piyasa oynaklığını arttırabilir. Yatırımcı ilişkileri bireysel yatırımcıların stratejilerini iyi şekilde anlayıp şirketi onların hedeflerine uygun bir şekilde aktarmalıdır. (Bechan, 2011)

2.2.4.2 Kurumsal yatırımcılar

Kurumsal yatırımcılar, tasarruf sahiplerinin birikimlerini finansal piyasalarda değerlendirmek üzere kurulmuş kurumlardır. Kurumsal yatırımcılara emeklilik fonları, sigorta şirketleri, yatırım fonları, portföy şirketleri örnek olarak gösterilebilir. Kurumsal yatırımcı olarak faaliyet gösteren kurumların ortak özellikleri yatırıma yönlendirdikleri fonların sahibi olmamalıdır. (Temizel, 2005:15)

Portföy yöneticileri tarafından yönetilen kurumsal yatırımcılar, piyasada işlem gören büyük miktarlardan sorumludur. Bu yatırımcı sınıfı vakıflardan, emekli maaşlarından, mülklerden, yüksek net değere sahip bireyler, sigorta şirketleri ve ticari bankalar gibi büyük nakit bakiyeleri olan şirketlerden fon almaktadır.

Yatırımcı ilişkileri rolü kapsamında doğru yatırımcıyla iletişime geçmesi sadece şirkete değil yatırımcıya da fayda sağlamaktadır. Birçok portföy yöneticisi sorumlu oldukları para ile maksimum kazancı elde etmeyi hedeflemektedir. Eğer yatırımcı ilişkileri şirketin hikayesini, portföy yöneticisinin duymaya alışık olduğu şekilde aktarırsa, portföy yöneticisinin incelediği şirketler arasında şirketin sıyrılması daha kolay olur. Portföy yöneticisi yatırımcı ilişkileri ekibinin yetenekleri ve sermaye piyasaları hakkındaki bilgisine saygı duyuyorsa, yatırımcı ilişkileri hikâyenin temellerini ileterek daha kolay ikna edebilmektedir. Yönetici bir şirkete uzun vadeli yatırım yapma kararı aldığında, bu yönetici ile nasıl iletişim kuracağını bilen yatırımcı ilişkileri ekibi bu sayede şirketin öz sermaye değeri sürdürülebilir şekilde arttıracaktır. Yatırımcı ilişkileri ekibinin deneyimli ve liyakatli olması kurumsal yatırımcılar ile olan ilişkileri korumak ve ilerletmekte önem teşkil eder. (Ryan ve Jacobs, 2005:21 ve Bebchuk, 2017)

Yatırımcı ilişkileri, kurumsal yatırımcılar ile iletişime geçmeden önce, karşı tarafın stratejisini anlayıp bu stratejiye uygun noktaları ön plana çıkarmalıdır. Kurumsal yatırımcılar stratejisine uygun maddeleri öğrendiklerinde şirkete olan ilgilileri artmaktadır. Kurumsal yatırımcı ya da portföy yöneticilerinin ilgilendikleri bir diğer

unsur ise şirketin yer aldığı endekslerdir. Yeni bir endekste yer almak ya da endeksten çıkarılmak şirkete ve hisse fiyatına hızlıca etki edebilir.

Kurumsal yatırımcılar genellikle mikro çaptaki şirketlere yatırım yapmamayı tercih ederler çünkü hisse senetlerindeki alım satım miktarı azdır. İşlem miktarının az olduğu durumlarda fon yöneticisi büyük miktarda hisse almakta ve daha sonra portföyündeki hisseleri hisse senedi fiyatına etki etmeden elden çıkarmakta büyük zorluk çekecektir. Bu durumlarda küçük çaptaki şirketlerin yatırımcı ilişkileri ekibi kurumsal yatırımcılarla düzenli olarak iletişim kurup şirket potansiyelini şeffaf ve doğru bir biçimde aktarmalıdır. (Bragg, 2010:153)

2.2.5 Analistler

Analistler, bazen hisse fiyatını yükseltebilen bazen de hisse fiyatını düşürebilen sürekli olarak yönetim ekibi ve yatırımcı ilişkilerinin vermeye hazır olduğu bilgiden daha fazlasını talep eden ve yatırımcıların değer verdiği kişiler olarak tanımlanmaktadır. (Bragg, 2010:136) Analistler genel olarak çalıştıkları aracı kurumların ya da yatırım bankalarının müşterileri olan yatırımcılara borsada işlem gören şirketlerin yatırım kalitesi hakkında yatırım tavsiyelerinde bulunmakta ya da şirketin gelecekte kazançlarına ilişkin modellemeler yardımıyla tahminler içeren raporlar yayınlamaktadır. Bunlara ek olarak şirketlerin hisse fiyat performansı için hedef belirler ve yatırımcıların hisse alıp almaması gerektiğine dair tavsiyelerde bulunabilirler. Piyasaca tanınmış aracı kurumlarda görev alan analistlerin ya da önde gelen analistlerin tahminleri hisse senedi fiyatlarına olumlu ya da olumsuz olarak doğrudan etki edebilir ya da yatırım dünyasında şirkete olan algıları yönetebilir. Analistlerin şirket değerlemelerine ilişkin tahminleri geniş bir açıyla yorumlanıyorsa bu durum piyasada hisse senedinin adil değerlendirilmesi konusunda belirsizlik yaratabilir. Bu durum risk algısı artarak piyasada volatilitenin artmasına yol açacaktır. (Valentine, 2015:24)

Analistler bir şirketi incelerken bazıları ölçülebilen bazıları yargısal olan unsurlara önem verirler:

- Şirketin mali yapısı ve performansı
- Şirketin faaliyet gösterdiği sektör dinamikleri ve ekonomik bağlam
- Şirketin değerlendirilmesi gerek menkul kıymetler piyasasının nitelikleri
- Şirketin kurumsal yönetimi

- Şirketin büyüme planına ilişkin projeksiyonu
- Geleceğe dair yatırımları ve gelecek vizyonu
- Bilanço dışındaki varlıklar ve yükümlülükler
- Olağanüstü ve tekrarlanmayan masrafların açıklamaları
- Şirkete açılan davalar ya da yasal işlemler
- Hasılatın muhasebeleştirilmesi kriterleri

Yatırımcı ilişkileri analistlere şirketi aktarırken yukarıdaki maddelerde belirtilen unsurları belirtmeli ve analistin ilgisini çekecek diğer bilgilere odaklanmalıdır. Analistlerin ihtiyaçlarını daha iyi karşılayabilmek için analistlerin karşılaştığı baskıları ve faaliyet gösterdikleri ortamı anlamak şirket için daha faydalı olacaktır. (Marcus, 2005:128)

Yatırım piyasası, satıcı taraf (sell side) ve alıcı taraf (buy side) olarak ikiye ayrılır. Satış tarafı şirketlere finansman bulma konusunda yardımcı olan veya şirket hisselerinin yatırımcılara satılmasına yardımcı olan araçlardır. Alıcı taraf ise emeklilik fonları, yatırım fonları veya bireysel yatırımcılar gibi sermaye fonlarını yöneten araçlardır. Yatırımcı ilişkileri sorumluluğu doğrudan ya da satıcı taraf aracılığı ile dolaylı olarak alıcı taraf analistleri ile ilişki kurabilir. Bu ilişki yatırımcı ilişkileri için önem arz etmektedir çünkü alıcı taraftaki tanınmış bir analistin şirket hakkındaki pozitif yorumları hisse senedi fiyatı ve piyasa değerinde çarpan etkisi yaratabilir. Bir şirketin yatırımcı ilişkileri ekibi analistlerle olan ilişkiye sıfırdan yaratmak ya da mevcut olanı ilerletebilmek için analistlere sürekli olarak bilgi akışı sağlamalıdır. (Bragg, 2010:140)

2.2.5.1 Satıcı taraf (sell side)

Satıcı taraf analistleri, sermaye analistlerinin finansal bilgilerinin dağıtımını kolaylaştırmasında önemli bir rol oynamakta ve piyasa katılımcılarına değerli bilgiler sağlayarak sermaye piyasalarının şekillenmesine yardımcı olmaktadır. (Merkley, 2017:1285) Satıcı taraf analistleri şirketlerin detaylı analizlerini yapmak ve tahmin ya da tavsiyeler içeren raporları yazmak üzere genellikle fon yöneticileri emeklilik fonları ve ya kendi fonlarını yöneten kurumlarda görev alırlar. Analistin alacağı bir hisse senedini takip edip etmeme kararı, analistin bağlı bulunduğu kurumun stratejisi, şirketlerin piyasaya değeri ya da likiditesi gibi çeşitli faktörlere bağlıdır. (Jegadeesh, 2004)

Analistler, şirketin borsaya yaptığı başvuruları takip etmeli, yatırımcı ilişkileri ve şirket yönetimleri ile sürekli olarak iletişim halinde olmalı, şirketin rekabet içerisinde olduğu

benzer şirketleri ve içinde bulunduğu sektörün dinamiklerini analiz etmelidir. Analist raporlarında genellikle kazanç tahmin modellerini kullanırlar. Analistler raporlarında hisse fiyatı hedefleri ve al-sat-tut tavsiyelerine yer vererek şirketlerin değerlemesini yatırımcılara sunar. Bu yöntem aracı kurumların satış güçlerinin kurumsal yatırımcı müşterilerine yatırım stratejileri önermek için kullanabilecekleri etkili bir pazarlama aracıdır. Şirket, şirketin değeri ve hisse fiyatını etkileyen analistler ile sürekli iletişim halinde olması elzemdir. Yatırımcı ilişkilerinin buradaki en kritik görevi analistin sektörün temellerini, şirketin faaliyet gösterdiği rekabet ortamını, stratejisini, görünümünü ve maruz kaldığı riskleri net bir şekilde anlamasını ve dikkate almasını sağlamasıdır. Yatırımcı ilişkileri analistin görüşlerinin bağımsızlığına saygı gösterirken, satıcı analist tarafından yapılan hatalara dikkat etmeli ve kamuoyu ile paylaşılmadan önce müdahale etmelidir. Temel olarak yatırımcı ilişkileri-analist ilişkilerinde dört ilkeye dayanılmaktadır: Sorumluluk, dürüstlük, kalite ve eşit erişim. (Kirk, 2014:1424 ve Prat, 2023:111)

2.2.5.2 Alıcı taraf (buy side)

Alıcı taraf yatırımları bizzat ve doğrudan yapan yatırımcı ekibinin bir parçasıdır. (The Swiss Stock Exchange Group [SIX], 2023, s.66) Alıcı taraf analistleri kurumsal yatırımcılar tarafından istihdam edilmektedir. Kurumsal yatırımcılar finansal varlıkları yönetir ve müşterilerinden topladıkları fonları hisse senetleri ya da tahviller gibi finansal araçlara yatırır. Bu fonlar yatırım fonları gibi araçlarla toplu şekilde yönetilebilir. Alıcı taraf analistleri, satıcı taraf analistleri gibi şirketleri analiz eder ve kendi görüşlerini oluşturur. Alıcı taraf analistleri tarafından verilen tavsiyeler yalnızca portföy yöneticilerine yöneliktir. Portföy yöneticileri alım emirlerini zamanında ve güvenilir bir şekilde gerçekleştirmek için brokerlara güvenmektedir. Bu ilişki sermaye piyasalarının ayrılmaz bir parçasıdır. (Ryan ve Jacobs, 2005:23 ve SIX, 2023:66)

Alıcı taraf analistleri için, şirketlerin yatırımcı ilişkileri ve üst düzey yönetim ile yapılan toplantılar yatırım kararının alınmasında önemli ve vazgeçilmez bir adımdır. Şirketlere hakimiyetleri yüksek olduğu için bazı kurumlarda analistler portföy yöneticiliği de yapabilir. (Groysberg, 2008)

Yatırımcılar büyüme, değer, momentum, endeks, hedge, katılım ve sürdürülebilirlik odaklı olmak üzere çeşitli yatırım stratejilerine göre kategorilendirilebilir. Analistler, yatırımcı ilişkileri ile yaptığı toplantılarda şirketi değerlendirirken fonların hitap ettiği

yatırımcı kitlesine göre kriter belirlemesi gerekmektedir. Yatırımcı ilişkileri ekibi ise analistleri tanıyıp değerlendirdikleri kriterlere göre şirketi tanıtımları şirketin yatırım imajına katkıda bulunacaktır. (Prat, 2023:111)

Alıcı taraf analistlerinin fon yöneticisi için hazırladıkları kısa raporlardan oluşan tavsiyeleri, mevcut portföye eklenecek yeni yatırım fırsatlarının belirlenmesinin yanı sıra mevcut pozisyonların kapatıp kapatılmayacağına karar vermek için de kullanılmaktadır. Alıcı taraf analistleri, satıcı tarafın tüm araştırmalarına erişebildiklerinden dolayı satıcı taraf analistlerinden daha fazla şirket takip etmektedir. Alıcı tarafın büyük alım satım gerçekleştirmelerine izin vereceği ümidiyle satıcı taraf analistleri derinlemesine araştırma sağlar ve alıcı taraf analistlerine sınırsız erişim verir. (Laskin, 2017:119)

2.2.6 Kredi derecelendirme kuruluşları

Kredi derecelendirme kuruluşları, şirketin borcunu geri ödememe ihtimaline göre yani temerrüt riskine göre not verirler. Şirketin mali sağlığına not verirken, kredi analistleri ihraç ettiği borçlanma araçlarına, ekonomik ve finansal oranlara, bilançooya ilişkin ödeme gücü, serbest nakit akışı yaratma gücü, borçlarının faiz oranları, vade planı ve borç maliyetine ve mevcut sözleşmelerini dikkatle incelemektedir. Kredi derecelendirme kuruluşları, ilgili ülkenin düzenlemeleri çerçevesinde seçilmelidir. Finansal piyasalar genellikle bu notların düşürülmesine, yükseltilmesinden daha fazla tepki vermektedir. Bu derecelendirmeler şirketlerin mümkün olduğunca minimum faiz oranlarıyla birlikte mevcut finansman koşullarının belirlenmesinde rol oynamaktadır. (Guimard, 2008:38)

Bir şirket en yüksek kredi notunu alabilmek için derecelendirme kuruluşu ile ilişki kurarken kredi derecelendirme konusunda tecrübesi olan yetkili bir kişiyi görevlendirilmelidir. Yatırımcı ilişkileri ekibi bu konuda direkt sorumlu olmasa bile şirkette bu konuda yetkilendirilen bir kişi ile beraber çalışmalıdır. Buradaki temel amaç kredi analistlerine verilen mesajların tutarlı olmasıdır. Değerlendirmenin daha detaylı olabilmesi için şirketin ekonomik detaylarına yatırımcı ilişkileri ekibinden daha hakim olan CFO'dan yardım istenebilir. Kredi analistinin temel analizi geleceğe yöneliktir. Analiz sırasında işletme ve hedeflerini özeti, Pazar payı, büyüme beklentilerinin benzer şirketler ile karşılaştırılması gibi unsurlar sorgulanacaktır. Sorgulamaların temel amacı, şirketin mevcut finansal durumunu stratejik hedefleri ile karşılaştırmak ve finansal yapının şirket yönetiminin şirketi götürmek istediği yeri destekleyip desteklemeyeceğini görmektir. (Bragg, 2010:167)

Kredi derecelendirme notları, derecelendirme kuruluşunun inisiyatifiyle finansal tablolar açıklandığında ya da şirketin finansal durumunda kritik bir değişme meydana geldiğinde kamuoyu ile periyodik olarak paylaşılmaktadır. Derecelendirme notları, piyasanın şirketin riskine ilişkin değerlendirme yaptığından dolayı finansman maliyeti üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Yatırımcı ilişkileri veya kredi derecelendirme sorumlusu, kredi analistlerine devamlı olarak bilgi ve veri sağlamakla yükümlüdür. Ayrıca yatırımcı ilişkileri finansal durumun öne çıkarılmasını sağlayan ve kredi analistlerini hedef alan özel sunumlar ya da toplantılar düzenleyebilir. (Prat, 2023:108)

2.3 En İyi Yatırımcı İlişkileri Uygulamaları

Yatırımcı ilişkileri özelinde en iyi uygulamalar terimi, bir şirket ile paydaşları arasında olumlu ilişkilerin geliştirilmesinde verimli ve etkili olduğu kabul edilen bir dizi kapsamlı strateji ve eylemleri ifade etmektedir. Bu uygulamalar şeffaflığı, iletişimi ve katılımı geliştirmek için tasarlanmış olup, nihayetinde güven inşa etmeyi ve hissedarlar ve paydaşlar için iletişimi en üst düzeye çıkarmayı amaçlamaktadır.

Şekil 3. *En iyi uygulamaların temel ilkeleri (Tadawul, 2018:9)*



Şekil 3'te yatırımcı ilişkileri en iyi uygulamalarının temel ilkeleri verilmiştir.

En iyi yatırımcı ilişkileri uygulamaları temel olarak beş ilkeye dayanmaktadır:

- **Bağlılık:** İlke, yönetim kurulunun ve üst yönetimin yatırımcı ilişkileri uygulamalarına bağlılığını ifade etmektedir. Piyasa güvenirliliği arttırmak ve şirket geneline şirket kültürünü yerleştirmek için en tepeden destek ve bağlılık şarttır.
- **Tutarlılık:** İlke, şirketin hem iyi hem de kötü zamanlarda şirketin paydaşlarına tutarlı mesajların iletilmesini ifade etmektedir.

- Güvenilirlik: İlke, yatırımcı ilişkileri ekibine, şirketin sözcülük görevini üstlendiği için hem şirket yönetiminin hem de piyasanın güvenmesi gerektiğini ifade etmektedir.
- Şeffaflık: İlke, verilen mesajların şeffaf, kesin, stratejik olması ve kilit noktalara dikkat çekmesi gerektiğini ifade etmektedir.
- İletişim: İlke, yatırımcı ilişkilerinin iki yönlü bir bilgi akışını sağlayabilmek için iletişim kanallarını etkili kullanması gerektiğini ifade etmektedir.

En iyi yatırımcı ilişkileri uygulamaları yatırımcı ilişkileri araçlarını yüksek verim oranıyla kullanılmasıdır. Şirket, yatırımcı ilişkileri araçlarını verimli olarak kullandığında adil şirket değerlemesi, sermayeye kolay erişim, güçlü hissedar desteği gibi faydalar elde edebilir. (Tadawul, 2018:10)

Küresel olarak kabul görmüş en iyi yatırımcı ilişkileri uygulamalarının temelinde doğru iletişim ve şeffaflık yer almaktadır. Küresel çapta kabul gören uygulamaların temel kuralları:

- Piyasadaki rekabeti anlamak ve şirketin rekabet gücünü arttırmak
- Düzenleyici Kurumlar ile düzenli iletişim ve düzenlemeler çerçevesinde faaliyet göstermek
- Finansal piyasaların koşullarına göre kısa vadeli ve uzun vadeli hedefleri belirleyip kamuoyu ile paylaşmak
- Analistlerin ve yatırımcıların dikkat çekmesini sağlayan pazarlama araçlarını şirket ile optimize etmek
- Şirket organizasyon yapısını yatırımcı ilişkileri ekibine göre şekillendirmek,
- Yönetim kurulu ve üst yönetimin düzenli olarak bilgilendirmek,
- Kurumsal yatırımcılar ve medyaya düzenli doğru ve şeffaf bilgi akışı sağlamak,
- Kurumsal iletişimin yatırımcı ilişkileri ile tutarlı söylemlere sahip olmak,
- Şirket çalışanlarını içsel bilgi konusunda bilgilendirmek olarak ifade edilebilir. (Guimard, 2008:159)

En iyi yatırımcı ilişkileri uygulamaları, şirketlerin zayıf operasyonel ve finansal sergiledikleri zamanlarda da devrede olmalıdır. Finansal paydaşlar ile aradaki bağlantı hiçbir zaman kopmamalıdır. Zor zamanlarda, şirket yönetimi yatırımcı ilişkileri uygulamaları aracılığıyla daha önceki tecrübelerine dayanarak zorlukları nasıl yönettiğini

ve süreci finansal rakamlarla destekleyerek anlatmalı ve bu dönemde aldığı tedbirlerin iletişimini yaparak güven tazelemelidir. (Uzgur, 2019:4)

2.4 Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları

Yatırım araçlarının günden güne gelişip çeşitlendiği, bilgiye erişimin kolaylaştığı ve sınırların engel olmadığı küresel dünyada, kurumların uzun vadeli kaynağa erişme imkanı artmakta, öte yanda artan rekabet nedeni ile bir o kadar da zorlaşmaktadır. Yatırımcıların gözünde pay sahibi olmanın istendiği şirketler arasında öne çıkmak, finansal başarının sürdürülebilmesi amacıyla belirlenen stratejik hedeflerin, alınan aksiyonların ve bu doğrultudaki gelişmelerin doğru şekilde ve zamanında çift yönlü iletişim sağlanması ile mümkün olabilmektedir. (Özbörcek, 2020:1)

İletişim araçları kullanılırken şirketin tüm sözcüleri tarafından tüm iletişim kanallarında verilen mesajlar tutarlı olmalıdır. Finansal piyasaların dinamik yapısından dolayı, kamu ve paydaşlarla olan iletişimde herkesin anlayacağı nitelikte içerik oluşturulmalı ve jargon ve kısaltma kullanılmamalıdır. İletişimi güçlü tutmak ve iletişim araçlarını etkin biçimde kullanabilmek için var olan önemli hissedarlar önemli özel durum açıklamaları sonrası proaktif olarak aranabilir, ofis toplantıları roadshowlar ve yatırımcı konferansları ile yatırımcılar birebir ya da grup halinde bir araya gelinebilir. (Uzgur, 2019:3)

Yatırımcı ilişkilerinin üstlendiği stratejik rolü yerine getirebilmesi için farklı iletişim araçlarını sıklıkla kullanması gerekmektedir. Aynı zamanda makro bakış açısı ile ilgili iletişim araçlarının birbiri ile konuşmasını sağlaması ve yapılan tüm iletişimin şirket stratejisine uyumlu olması şirket itibarının korunması ve geliştirilmesi için ön plana çıkmaktadır. (Tüyd, Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları, 2022:5)

Yatırımcı ilişkileri iletişim araçları günümüzde büyük oranda dijital ortam üzerinden kullanılmaktadır. Dijital faaliyet raporları, çevrimiçi yatırımcı ve analist toplantıları, çevrimiçi roadshowlar ve elektronik genel kurullar bu söylemi destekleyecek en iyi örneklerdir. Şirketlerin fiziksel iletişim yerine dijital iletişimi tercih etmelerinin çeşitli nedenleri bulunmaktadır. 2020 yılında boy gösteren ve tüm dünyadaki yaşamı çok ciddi şekilde etkileyen Covid-19 pandemisi iletişimi internet ağları üzerinden gerçekleştirmeye mecbur kılmıştır. Şirketlerin sürdürülebilirlik hedefleri kapsamında daha az basılı materyal kullanımı internet tabanlı tanıtım ve iletişime şirketleri teşvik etmiştir. Ayrıca

dijital iletişimi tercih etme nedenlerinden bir diğeri ise dijital iletişimin şirket maliyetlerine olan olumlu etkisidir.

2.4.1 İnternet sitesi

Günümüzde internet yaşamımızın her alanını etkilemiştir. Dünyanın her yeri ile iletişim ve bilgiye ulaşmak internet sayesinde oldukça kolaylaşmıştır. Şirketler, küresel bilgi tedarikini internet üzerinden karşılamakta ve aynı zamanda oluşturdukları internet siteleri ve internet tabanlı iletişim kanalları ile tüm paydaşlarıyla sürekli ve etkin bir iletişim kurabilmektedir. (Akın, 2001)

İnternet siteleri, internetin gelişmesi ile birlikte değişen medya yapısı sonucunda iletişimsel pratiğe dönmektedir. Tek yönlü mesaj akışından çok yönlü mesaj akışına evrilmiştir. (Kılınç & Akyol, 2019:662)

İnternet siteleri, zaman ve maliyet tasarrufu yoluyla her tür organizasyon için geniş kitlelere iletişim olanağı sunmaktadır. Bu özellikleri nedeniyle internet siteleri ait oldukları organizasyonlar için hem önemli bir iletişim hem de statü sembolü haline gelmiştir. (White & Raman, 1999) Yoğun rekabetin yaşandığı iş dünyasında şirketler iyi tasarlanmış ve kolay kullanılabilen internet sayfasına ihtiyaç duymaktadır. Sürekli kullanılan ve kullanışlı internet sayfaları kurumsal etkinliğin ve finansal iletişimin artmasına yardımcı olmaktadır. (Tuna, 2007)

Yatırımcı ilişkileri açısından internet sitesinin önemi, şirketin operasyonel faaliyetleri, finansal sonuçları, kurumsal yönetim ve sürdürülebilirlik çalışmaları yatırımcılar ve analistler açısından önemli bilgilerini, şeffaf bir tutum ile paylaşma istekliliğinin bir göstergesi olmasıdır. Bunun yanı sıra kapsamlı bir şekilde donatılarak yatırım dünyasının şirket hakkında elde ettikleri bilgi seviyesinin derinliğinin artmasını sağlayan internet siteleri, yatırımcı ve analistlerin karar alma sürecinde önemli role sahiptir. İnternet sitelerini güncel ve aktif olarak kullanan şirketler yatırımcılar ile etkin şekilde iletişim kurmaktadır. İnternet siteleri her zaman ve internetin olduğu her yerde ulaşılabilir olduğundan güvenilebilir bir bilgi kaynağı olmalarının yanı sıra marka bilinirliği ve saygınlığını arttırmaktadır. (Tüyd, 2020:7)

Yatırımcılar ve diğer paydaşlar, yatırımcı ilişkileri internet sitesine şirketin faaliyetleri, yatırım planlaması, kurumsal strateji hakkında bilgi edinmek, temel verilere ve finansal rakamlara erişmek, kurumsal yönetim ve sürdürülebilirlik çalışmaları hakkında bilgiye

ulaşmak için önemi yüksek bir platform olarak görmektedir. İnternet sitesinde yer alan bütün bilgilerin hem anadil hem de İngilizce ya da Fransızca gibi farklı dillerde sunulması bilgiye eş zamanlı erişim olanağına yardımcı olmaktadır. (Ağar, 2019:2)

Yatırımcı ilişkileri alanının, şirketlerin internet sitelerinin giriş sayfalarında listelenen ana başlıklardan biri olarak yer alması, kullanıcıların ilgili içeriğe kolaylık erişmesini sağlar. Bazı şirketlerin bağımsız olarak yatırımcı ilişkileri internet sitesi oluşturması yatırımcıların aradıkları bilginin erişimini kolaylaştırmaktadır. En iyi uygulamalara göre internet sitesinde yatırımcılara sunulması gereken bilgileri dört temel kategori altında toplayabiliriz.

Bu kategorilerden ilki şirket bilgisidir. İnternet siteleri “Hakkımızda” gibi ana başlık altında toplanan ve tüm kullanıcılara sunulan Tarihçe, vizyon, misyon, strateji gibi başlıkların yanı sıra şirketin yaptıkları ve ileriye dönük yapacakları gibi paydaşların ilgisini çeken tutarlı bilgilere yer verilmelidir. Bu bilgiler, sıklıkla güncellenmeli ve her tür yatırımcıya hitap etmelidir.

şirket hakkında temel bilgilere sahip olmak için internet sitesi, şirket profili ve faaliyetleri, çalışan sayıları, faaliyet gösterdiği lokasyonlar ve tarihçesi gibi bölümler içermelidir. şirketin faaliyet gösterdiği alan derinleştirilerek şirketin pazara sunduğu ürün ve hizmetler, pazardaki rekabet durumu, pazar payı ve makroekonomik unsurlar yer almalıdır. İnternet sitesi genel olarak yatırımcıların temel sorusu olan “Neden yatırım yapmalıyım?” sorusuna cevap verecek şekilde şirketin kısa ve uzun vadeli büyüme stratejisini en iyi anlatacak veriler ile hazırlanmalıdır. Büyüme stratejisinin yanı sıra sermaye maliyetleri ve nakit akışları gibi, yatırım kararlarını etkileyebilecek unsurlara da yer verilmelidir.

İkinci kategori ise finansal bilgilere internet sitesinde kolayca ulaşılmasıdır. Yatırımcılar, şirketlerin mevzuat gereği açıklamakla yükümlü olduğu dönemsel finansal tabloların yanında şirketlerin faaliyet alanları ya da verdikleri hizmetlere ait kırımlar, detaylı ve ham veriyi anlaşılır ve zet şeklinde sunmaları beklenir.

şirketlerin mevzuat gereği zorunlu yayınladıkları finansal tablolar dışında şirketler müşteri sayıları, gelir kırılımı, satış adetleri gibi operasyonel performans verileri de verilmelidir. şirketin finansal performansı hakkında geleceğe yönelik beklentiler şeffaf olarak internet sitesi üzerinden paylaşılmalı ve sıklıkla güncellenmelidir. Yatırımcıların

kolaylık analiz yapabilmesi için finansal tabloların ya da diğer verilerin excel, pdf gibi dosyalarda da paylaşılması en iyi uygulamalar arasında yerini almaktadır. Özel durum açıklamaları ise düzenleyici kurumların zorunlu tuttuğu platformlar haricinde internet sitesinde yer almalıdır çünkü özel durum açıklamaları yatırımcının kararlarını etkileyebilecek önemli haberlerini içermektedir.

Diğer kategori ise hissedar bilgisi olarak tanımlanmaktadır. Paydaşlar şirketin ortaklık yapısı ve hisse bilgilerine detaylı ve şeffaf olarak erişebilmelidir. En iyi uygulamalar içinde yer alan hisse fiyatı ve grafiği, şirketin finansal sonuçları açıklanacağı ve katılacağı önemli etkinliklerin bilgilerinin yer aldığı takvim, şirketi takip eden analistlerin listesi, yatırımcıların sıklıkla merak ettiği sıkça sorulan sorular sekmesi, yatırımcı ilişkileri ya da şirket yetkilisine ulaşabilmek için iletişim bilgileri, komiteler, şirket politikaları, genel kurul dokümanları gibi kurumsak yönetim dosyaları gibi bilgiler internet sitesinde erişilebilir olmalıdır.

Dördüncü kategori ise sürdürülebilirlik sekmesidir. Küresel olarak hayatımızın her alanında önemli bir yere sahip olan sürdürülebilirlik kavramı, hem şirketler hem de paydaşlar için önemli bir hale gelmiştir. Şirketler yaptıkları ve yapacakları faaliyetlerin sürdürülebilirlik ilkelerine uyumlu olmasına dikkat etmekte ve bu konu üzerinde titizlikle çalışmaktadır. İnternet sitesinde mutlaka sürdürülebilirlik konusu için ayrı bir bölüm tasarlanmalıdır. Şirketler bu bölümde sürdürülebilirlik stratejilerini ve önceliklerini açık bir şekilde paydaşları ile paylaşmalıdır. Sürdürülebilirlik raporlarını hazırlamaya ve internet sitesi üzerinden kamuoyu ile paylaşmaya özen göstermelidir. Yayınlanan raporların hazırlanma şekli ve uyum gösterdiği uluslararası kriterler belirtilmelidir. (Tüyid, 2020:9)

Yatırımcılar ile en iyi iletişimi kurmayı sağlayan internet sitesi en iyi uygulamaları:

- Son 5 yıla ait yatırımcı sunumları ve webcast ve podcast kayıtları,
- Şirket halka arz olduğu tarihten itibaren bütün faaliyet raporları ve yönetici açıklamaları,
- Şirket halka arz olduğu tarihten itibaren bütün finansal raporlar,
- Hisse senedinin son 5 yıllık fiyat bilgileri ve grafiği,
- Toplam hisse getirisi ve temettü hesap makinesi,
- Düzenleyici kurum bildirimleri ve analist listesi,

- Kurumsal Yönetim Bilgi Dokümanları,
- Finansal tabloların excel, pdf gibi çeşitli dosya formatlarında verilmesi,
- Finansal takvim ve etkinlik takvimi,
- Özel durum açıklamaları,
- Pazar, sektör, operasyonel, makroekonomik veriler,
- Sürdürülebilirlik raporları,
- Tutarlı ve abartısız beklentiler,
- Şirket birleşme ve bölünmeye dair bilgi dokümanları,
- Organizasyon yapısı ve faydalı linkler olarak özetlenebilir. (Q4, 2017:20 ve Ağar, 2019:2)

İnternet sitelerinin yanında telefon ve tablet gibi mobil cihazların yaygınlaşması dijital iletişimde mobil uygulamaları ön plana çıkarmıştır. Yatırımcı ilişkileri açısından, şirketlerin internet sitesinin mobil uygulamasının olması, hem yerel yatırımcının hem de uluslararası yatırımcının bilgiye erişimini kolaylaştırmaktadır.

2.4.2 Faaliyet raporu

Faaliyet raporu, her şeyden önce, bir şirketin baştan sona bütün bilgilerinin bulunduğu yıllık ve çeyreklik olarak yayınlanan yasal gerekliliklerin karşılandığı bir yayındır. Bu nedenle yasal bir belge olarak geçmektedir. Bununla birlikte, aynı zamanda en önemli yatırımcı ilişkisinin araçlarından biridir. Yatırımcı ilişkileri aracı olarak sadece bir şirketin finansal durumu hakkında paydaşları bilgilendirmek için değil, çok daha önemlisi özünü anlatarak yani şirketi bir yatırım durumu olarak anlatarak şirketi potansiyel ve gerçek yatırımcılara cazip hale getirmek için kullanılır. Burada bir şirket, gelecekte başarılı olma ihtimali hakkında bir izlenim bırakmak için başarılarını ve hisselerinin yatırım potansiyelini gösterir. Yatırım açısından öz kaynaklarının değerini artırmak ve sermayesini etkin bir şekilde kullanmak anlamına gelen gelecekteki başarı, yönetimin liyakati ve şirket hedeflerini planlama ve gerçekleştirme yeteneği gibi büyük ölçüde finansal olmayan faktörlere bağlıdır. Yatırımcılar için cazip hale gelmek için, şirketin olumlu bir imajını oluşturan ve güvenilir bir şirket hikayesi anlatması gerekir. (Marcus, 2005:119)

Yatırımcılar her ne kadar şirket hakkında bilgi edinmek için şirketin internet sitesini kullansa da halka açık bir şirketin faaliyet raporu birincil ve kapsamlı bilgi kaynağıdır. (Irwin, 2023:29) Tüm iletişim kanalları arasında tutarlılık sağlamak ve faaliyet raporlarını

farklı hedef gruplar tarafından kullanılan ayrı bir bilgi kaynağı olarak düşünmemek önemlidir. (Ditlevsen, 2012:380)

Faaliyet raporlarında, okuyucular şirketin ve ürün ya da hizmetlerinin bir tanımını bulmalıdır. Çeşitli ürün ve hizmetler sunduğu takdirde her bir ürün grubuyla ilgili kısa da olsa bilgilere yer vermelidir. Şirketin pazardaki konumu, rekabet avantajları ve sektör bilgisi yatırımcılar ile şeffaf olarak paylaşılmalıdır. Yatırımcı ilişkileri, faaliyet raporunda Yönetim Kurulu ve Üst Düzey yöneticilerinin mesajlarına da yer vermelidir. Bu mesajlar şirketin stratejisi doğrultusunda yöneticilerin vizyonunu ve şirketin gelecek potansiyeli hakkında yatırımcıya bilgi veren paha biçilemez bir iletişim aracıdır. Mesajlar yıl içinde meydana gelen önemli olayları ve ekonomik gelişmeleri detaylı olarak içermelidir. Şirketin finansal tablolarına ek olarak şirketin faaliyetlerini, mevcut ve gelecek potansiyelini etkileyen muhasebe standartları, yönetim tarafından kullanılan ekonomik göstergeler gibi finansal analiz verilerini faaliyet raporlarında öne çıkarılmalıdır. Hisse fiyatı ve hisse performans grafiğine yer verilmeli ve yatırımcı ilişkileri ekibinin yıl içindeki faaliyetleri belirtilmelidir. Faaliyet raporu yatırımcılar tarafından kolay okunmalı, yatırımcının ilgisini çekecek konsept taramaya sahip olmalı ve içerik ve görsellik açısından zengin olmalıdır. (Guimard, 2008:128)

Faaliyet raporlarının temel olarak hedefleri ve faaliyet raporu en iyi uygulamaları:

- Mevcut ve planlanan faaliyetleri hakkında bilgi vermek,
- Mevcut ve potansiyel paydaşları bilgilendirmek,
- Yönetim kurulunu ve üst yönetimi tanıtmak,
- Şirketin geleceğini yatırımcılara detaylı olarak iletmek,
- Sahip olduğu avantajları ve riskleri paylaşmak,
- Şirketin faaliyet gösterdiği sektör dinamikleri ve Pazar durumu hakkında bilgi vermek,
- Personel sayısı, çalışan hakları ve kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları hakkında bilgi vermek,
- Kurumsal yönetim çerçevesinde komiteler, politikalar ve genel kurul toplantılarına ait dokümanların detaylı olarak sunulması,
- İç ve dış denetim uygulamalarının yatırımcılar ile paylaşılması,
- Şirket kurumsal stratejisinin yönetim kurulu mesajları ile yatırımcıya anlatmak,
- Detaylı olarak şirketin finansal durumunu mali göstergeler ile desteklemek,

- Sonuçları geniş bir bağlamda dış faktörler ve piyasa durumu ile birlikte yorumlamak,
- Sürdürülebilirlik kapsamında yapılan çalışmaları ve hedeflenen projeleri anlatmak olarak ifade edilebilir. (Icr, 2022:6)

Faaliyet raporları, yatırımcıların erişimi kolaylaşması için dijital olarak da şirketlerin internet sitesinde yayınlanmaya başlamıştır. Bu durum şirketin paydaşlarla olan iletişimini arttırmak ve şirketin sürdürülebilirlik hedeflerini gerçekleştirilmesine yardımcı olmaktadır. (Q4, 2017:23)

2.4.3 Yatırımcı sunumu

Yatırımcı sunumları, şirketin operasyonel faaliyetleri, finansal sonuçları, uzun vadeli stratejileri, yatırımları ve geleceğe yönelik değerlendirmeleri paylaşmak için kullanabilecekleri önemli bir iletişim aracıdır. Yatırımcı sunumları etkin kullanıldığı zaman yatırım kararları aşamasını kolaylaştırmaktadır. Uzun vadeli düşünüldüğünde paydaşların ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilen sunumlar yatırımcılar için değer yaratmaktadır. Yatırımcı sunumları, profesyonel bir yaklaşım ile hazırlanmalı ve yatırımcının doğru ve şeffaf bilgilendirilmesi amacı ile kurgulanmalıdır. En önemli noktalardan birisi ise yatırımcının şirkete neden yatırım yapması gerektiğini kısa ve öz mesajlarla, yatırımcıların zihnini bulandırmadan net bir şekilde vurgulaması gerektiğidir. (Tüyid, Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları, 2022:7)

Yatırımcı sunumlarında, kamuoyu ile paylaşılmayan bilgiler ve finansal veriler, sunumda yer almamalıdır. Sunum, paydaşları hedefleri ve ihtiyaçlarını karşılamalı, şirketin hedeflerini gelecek zamanlarda da takip etmelerini sağlamalıdır. Sunumlar, mevcut veya gelecek yıllara ilişkin görünümün özetlenmesi ile bitirilmemelidir. Aksine, sunumun dinamik bir yapıda ve dinleyicileri heyecanlandırması gerekmektedir. Yatırımcılar, sunum sırasında doğaçlamadan hoşlanmadıkları için, sunumun yazılı bir metni ve sunumu yapacak kişilerin önceden prova yapması ve kilit noktaları tasarlaması gerekir. Bu durum, sunumun profesyonelliğine katkıda bulunarak yatırımcının odağını arttırmaktadır. Sunumların farklı dillerde de kamuoyu ile paylaşılması uluslararası yatırımcıların şirkete olan ilgisini arttırmaktadır. Sunumlar diğer kanalları ile verilen mesajlarla tutarlı ve güncel olmalı, her dinleyici kitlesine göre uyarlanmalıdır. (Guimard, 2008:122)

Yatırımcı sunumları hazırlanırken önemli noktalardan biri ise paylaşılan stratejik hedeflerin operasyonel veriler ve sermaye kullanımı gibi unsurlar ile bağdaştırılmasıdır. Şirketlerin paylaştığı hedefleri desteklemek için bu hedeflere ulaşmak için ne gibi aksiyonlar aldığı, organik ya da inorganik büyüme mi olduğu veya finansmanın nasıl sağlanacağı gibi kritik noktalar da sunumda yer almalı ve yatırımcılara direkt olarak iletilmelidir. Bu sayede şirketin stratejisi ve üst yönetim kredibilitesi artacaktır. Yine doğrulanabilir bilgilerin verilmesi, abartılı ve yalan ifadelerden kaçınılması, bilgilerin objektif olması, şirketin hem olumlu hem de olumsuz yönlerinin anlatılması ve benzer şirketleri aşağılamadan şirketin üstün olduğu noktalara vurgu yapmak, şirketin itibarını ve kredibilitesini arttıracaktır.

Yatırımcı sunumlarında önemli olan bir diğer hususta, sunumun kimin yapacağıdır. Sunumun şirketin yönetiminde yer alan sunum becerilerine iyi olan yetkili bir kişi tarafından yapılması yatırımcıların şirkete olan güvenlerini artırır ve ilk ağızdan eriştikleri bilgileri daha kolay benimsemektedir. (ICR, 2022:23 ve TÜYİD, Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları, 2022)

Yatırımcı sunumlarında paydaşlara verilemesi gereken ana mesaj, belirli unsurlar etrafında kurgulanmalıdır. Bu unsurlar:

- Uzun vadeli büyüme stratejisi,
- Bu hedeflere ulaşmaktaki amaç ve yapılan yatırımlar,
- Sermaye ve borçların kullanılma stratejisi,
- Finansal amaçları da kapsayan kısa ve uzun vadeli hedefler olarak ifade edilebilir. (Tüyid, Yatırımcı Sunumları, 2022:4)

Yatırımcı sunumunda yer alması gereken temel olarak en iyi uygulamalar,

- Yatırımcıları yönlendiren kapak ve içindekiler listesi,
- Düzenleyici yasalar kapsamında yasal uyarı,
- Şirket performansının ve şirket hedeflerinin özet olarak verildiği yönetici özeti,
- Şirketin mevcut ve potansiyel faaliyetlerini belirten sayfalar,
- Şirketin faaliyet gösterdiği ülkelerdeki makroekonomik durum, yer aldığı sektör dinamikleri, gelir ve gider kırılım özetleri,
- Şirketin rekabet avantajları ve hacim bakımından benzer şirketler ile karşılaştırılması,

- Şirketin Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri,
- Satış ve pazarlama stratejileri,
- Operasyonel ve finansal performans göstergeleri
- Kurumsal yönetim çalışmaları,
- Sürdürülebilirlik hedefleri ve yapılan çalışmalar,
- Yatırımcı ilişkileri iletişim bilgileri olarak ifade edilebilir. (TÜYİD, Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları, 2022 ve SIX, 2023:78)

2.4.4 Yatırımcı ve analist toplantıları

Yatırımcılar ve analistler ile kurulacak doğru iletişimin hisse değerine yapacağı etkinin farkında olan yatırımcı ilişkilerinin en önemli araçlarından birisi de fiziki ve dijital toplantılardır. Dünya’da Covid-19 Pandemisi yaşandıktan sonra iletişim kurmak büyük oranda dijital iletişime dönüşmüştür. Almanya Yatırımcı İlişkileri Derneği (DIRK) ve EY’in 2021 yılında ortaklaşa gerçekleştirdiği ankette dijital ortamda yapılan roadshowlar ve yatırımcı sunumlarının günümüzde ve gelecekte daha sık kullanılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Dijital ortamda yapılan yatırımcı ve analist toplantıları şirketlere, zaman tasarrufu, maliyet tasarrufu ve daha geniş kitlelere daha az zahmet ile ulaşma imkanı tanımaktadır. (Dirk ve Ey, 2021:9)

Yatırımcı ilişkilerinin etkin bir iletişim aracı olarak düzenlediği toplantılar; yatırımcı konferansları, birebir toplantılar, roadshowlar, analist ve yatırımcı günleri, saha ziyaretleri, medya turları, telekonferanslar, webcastler ve podcastler gibi farklı formatlarda düzenlenmektedir. (Tüyid, Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları, 2022:4) Hem üst yönetimin hem de yatırımcı ilişkilerinin bu toplantılara zihinsel olarak tam odaklı bir şekilde katılması hayati önem taşımaktadır. Analistler ve yatırımcılar şirket yönetiminin azmine ve kararlılığına tanık olmak isteyeceklerinden toplantı öncesi hazırlık ve prova önemli bir konudur. (Tadawul, 2018:16)

Yatırımcı ilişkileri ekibi toplantı öncesinde hissedar tespiti ve yatırımcı hedeflemesi çalışmaları kapsamında toplantıya katılacak kişilerin eğitimleri, tecrübeleri, yatırım stratejileri, daha önce yatırım yaptığı şirketler, dikkat ettikleri unsurlar, beklentileri ve ihtiyaçları, tutum ya da tepkilerini tespit edip hazırlık yapmalıdır. Toplantı sırasında bir sonraki toplantılar için görüşülen kişiler hakkında yeni kriterler tespit etmek ya da var olanları daha detaylı tespit etmek için çaba sarf etmelidir.

Birebir toplantılar ya da grup toplantıları, yatırımcıların direkt talepleri ile ya da kurumsal yatırımcıların, yatırım fırsatı gördükleri şirketleri daha yakından tanımak için toplantı talep edebilir. Şirketi yakından takip eden analistler de son gelişmeler hakkında bilgi almak için şirketin yatırımcı ilişkileri ve şirket yönetimi ile toplantı talep etmektedir. Aynı zamanda bu toplantılar küçük gruplar halinde de gerçekleşebilir. Bu toplantılar fiziksel ya da çevrimiçi olarak gerçekleşebilir. (Tüyd, Yatırımcı Toplantıları, 2022:4)

Roadshow toplantıları, şirket yöneticileri ve yatırımcılar arasında bir dizi doğrudan toplantıdan oluşur ve şirketin mevcut hissedarlarıyla diyalogu sürdürmek ve potansiyel yatırımcılar arasında farkındalığı arttırmak amacı ile bir ya da birden fazla piyasada belirli bir süre boyunca düzenlenmektedir. (Prat, 2023:113) Roadshow toplantıları, “Deal Roadshow” ve “Non-Deal Roadshow” olarak ikiye ayrılmaktadır. Deal roadshowlar birincil halka arz, ikincil halka arz, bono veya tahvil ihracı öncesi gibi belli bir amaç güden toplantılar olarak tanımlanmaktadır. Non-deal roadshowlar herhangi bir belli amaç olmadan mevcut ve potansiyel yatırımcılara şirketi tanıtmaya ve şirket hakkında bilgi aktarma maksadıyla yıl içinde düzenli yapılan toplantılardır. (Tüyd, Yatırımcı Toplantıları, 2022:4) Non-deal roadshowlar ayrıca hissedarları ile aktif bir iletişim kurmaya çalışan bir şirketin yatırımcı ilişkilerine bağlılığı hakkında net bir mesaj iletmektedir. Toplantının verimini ve iletişim etkinliğini yükseltmek için bu toplantılar genellikle yatırımcı hedefleme çalışmaları ile yürütülmektedir. (Tadawul, 2018:31) Roadshow toplantıları halka açık ve birebir toplantıları birleştiren bir yapıya sahiptir. Bu toplantılarda finansal analistler ve kurumsal yatırımcılar ile görüşülmektedir. Roadshow toplantılarının başarıya ulaşması için yatırımcı ilişkileri tarafından en ince ayrıntıya kadar planlanması gerekmektedir. (Guimard, 2008:136)

Webcast, podcast ve telekonferans toplantıları yatırımcı toplantılarının diğer formatlarıdır. Şirketler, dijital iletişimin faydalarından yararlanmak amacı ile çevrimiçi toplantılara daha fazla eğilim göstermektedir. Şirketler genel olarak stratejik hedefleri paylaşma ve çeyreklik finansal sonuç açıklamalarını bu toplantılar vasıtasıyla gerçekleştirmektedir. Bu toplantılar kriz günlerinde acil müdahale etme, çeşitli yatırımcı kitlelerine aynı anda bilgi erişimi sunma ve bilgi arşivi yaratma konusunda şirketlere fayda sağlamaktadır. (Guimard, 2008:145) Webcast ve podcast yayınları şirketlerin internet sitelerin arşivlenmiş olarak bulunmalı ve yatırımcılar ile şifresiz olarak

paylaşılmalıdır. Ayrıca bu yayınların transkriptine uluslararası yatırımcı kitlesine hitap edebilmek için internet sitesinde hem yerel dil hem de İngilizce olarak yer verilmelidir.

Analist ve yatırımcı günleri, şirkete olan ilginin artması ve şirketin kendini daha iyi ifade edebilmesi amacı ile düzenlenmektedir. Bu tür etkinliklere alıcı ve satıcı taraf analistleri, kurumsal yatırımcılar, tahvil yatırımcıları, derecelendirme kuruluşları ve finans basını katılmaktadır. Genelde fiziksel olarak yapılması tercih edilse de çevrimiçi olarak da düzenlenebilir. (Prat, 2023:112) Bu toplantılarda şirket yönetimi ve yatırımcı ilişkileri, finansal sonuçlardan gelecek yılın finansal görünümüne, yeni ürünlerden kurumsal stratejiye ve finans çevrelerinin ilgisini çekebilecek konularda derinlemesine bilgi akışı sağlamaktadır. Bu toplantılar mevcut yatırımcıların yanı sıra potansiyel yatırımcıya ulaşmanın bir anahtarıdır. Yatırımcı günleri şirketin merkezi ya da tesislerinde düzenlenebildiği gibi Londra ya da New York gibi küresel finans merkezlerinde de düzenlenebilir. (DiStaso, 2018:98)

2.4.5 Medya ve sosyal medya

Şirketlerin, yazılı, görsel ve dijital mecralarda gerçekleştirdiği röportaj, etkinlik, basın açıklamaları ve bilgilendirilmeler genellikle şirketin kurumsal iletişim ekipleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu süreçte yatırımcı ilişkilerinin de kontrol mekanizması olarak dahil edilmesi, içeriklerin tutarlı ve mevzuata uyumu açısından önemlidir. (Tüyd, Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları, 2022:7) Medya bültenleri, haberlerin hızlı ve etkili şekilde iletilmesi ve yayılması için önemli bir araçtır. (Six, 2023:84) Şirketin medya ve basın ilişkileri, şirketin büyüklüğüne ve yatırımcı ilişkileri ekibinin yeteneklerine bağlı olarak değişmektedir. (Tadawul, 2018:17)

Sosyal medya terimi, kullanıcıların diğer kullanıcılar ile etkileşime girmesine ve içerik üretmesine olanak tanıyan internet tabanlı dijital platform olarak tanımlanabilir. Çeşitli arkadaşlık siteleri, bloglar, bilgi paylaşım siteleri, dosya paylaşım siteleri ve sohbet uygulamaları gibi kategorilere ayrılmaktadır. (Valentine, 2015:66)

Başarılı bir sosyal medya kullanımı, bir şirketin yatırımcı ilişkileri internet sitesine gelen ilgiyi arttırabilir, şirketin verdiği stratejik ve kurumsal mesajların mevcut ve potansiyel kitlelere erişimi genişletebilir. Aktif sosyal medya kullanımı, şirket hakkında kamuoyunun neler düşündüğü ve hakkında neler söylendiğinin izlenmesine olanak tanımaktadır. Bu söylentilerin yanlış olması durumunda bu bilgileri düzeltmek ve şirketi

sosyal medya hesapları ve kurumsal internet sitesini yatırımcıların ilgisine göre düzenlemeye yönlendirmektedir. (Tadawul, 2018:35)

Sosyal medyanın şirketlere ve yatırımcı ilişkileri ekibine faydası olduğu kadar potansiyel risklerde barındırmaktadır. Sosyal medya doğası gereği hızlı, önemsiz, eğlence içerikli, geçici ve dedikodu ağırlıklı olma eğilimdedir ve içerik anlamında zengindir. Sosyal medya platformları günümüzde küresel olarak tüm kitlelere hitap ettiğinden dolayı haber akışının iyi yönetilmesi ve zamanında müdahale edilmesi gerekmektedir. Şirket hakkında sosyal medya üzerinden yayılan yanlış söylentileri ya da yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyecek, şirketin hisse fiyatına etki edebilecek nitelikteki bilgileri, düzenleyici kurumların mevzuatına uygun olarak gerçekleştireceği özel durum açıklamaları ile doğru bir şekilde kamuoyu ile paylaşmalıdır. Şirketler sosyal medyanın potansiyel risklerini zamanında yapacakları özel durum açıklamaları ile engellemektedir. Özel durum açıklamaları, medya ve sosyal medyanın potansiyel risklerini engellemekle beraber kamuoyunu doğrudan bilgilendirmek için önemli bir işleve sahiptir. (Valentine, 2015:67 ve TÜYİD, Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları, 2022:7)

Birçok sosyal medya platformu ilişki tabanlı olarak kurulmuştur. Müşteriler ve yatırımcılar, sosyal medya üzerinden şirketlerin kendileri ile iletişime geçmesini arzu ederler. Yatırımcılar sosyal medya daha fazla ilgi, zamanında güncellemeler, şeffaflık ve gerçek zamanlı etkileşime değer vermektedir. Bunların yanı sıra yatırımcılar piyasa ve ekonomi trendleri, yeni ürün bilgileri, yatırım ve planlanan faaliyetler hakkında bilgiler, şirket geçmişi ve şirket yönetimi gibi bilgilere erişmek istemektedir. Şirketler ve yatırımcı ilişkileri ekipleri, markalarını pazar konumlarını ve rekabet avantajlarını güçlendirmek için yatırımcılar ve kamuoyu ile iletişimlerini kontrol merkezi çerçevesinde medya ve sosyal medya üzerinden arttırmalıdır. (Valentine, 2015:70)

2.4.6 Genel kurul toplantıları

Genel kurul toplantıları, halka açık şirketler tarafından gerçekleştirilen yasal olarak zorunlu etkinliktir. Genel kurullar, şirketlerin yöneticilerinin seçimi ve diğer yönetim konularını ele almak için hissedarlar ile yapılan toplantılardır. Genel kurullara katılım, bir şirketin sicilinde yer alan hissedarlar ve yasal olarak belirledikleri vekiller ile sınırlıdır. Genel kurul toplantıları, yöneticilerin hissedarları şirket gelişmeleri hakkında bilgi ilettiği toplantılardır. Aynı zamanda yöneticiler ve hissedarlar için bir etkileşim fırsatıdır. Genel kurul toplantısında kullanılan stratejiyi şirketin, yöneticilerinin ve yönetim kurulunun

erişebilirliğini, şeffaflığını ve etkinliğini göstermesi amacı çerçevelemelidir. Bu toplantıda şirket bir önceki yılın sonuçlarını sunarak faaliyetler hakkında değerlendirme yapmaktadır. (DiStaso, 2018:97)

Genel kurul toplantılarında yatırımcı ilişkileri ekibi, CEO gibi üst düzey yöneticilerin konuşmalarını ya da konuşmaların içerdiği bilgileri eş zamanlı olarak çeşitli raporlar ya da basın bültenleri arayıcılığı ile kamuoyu ile paylaşmalıdır. Bu konuşmalar şirketin bir girişimi hakkında bilgiler veya stratejik bakış açısını içermelidir. Genel kurul toplantılarında soru cevap oturumu düzenlemeler çerçevesinde mutlaka gerçekleşmelidir. Şirket yönetimi tarafından verilen cevapların kalitesi, yönetimin ciddiyetini göstermektedir. Genel kurul toplantıları hem şirket hem de hissedarlar için muazzam bir diyalog fırsatı sunmaktadır. Yabancı hissedarların çoğunluğu ve Covid-19 pandemisinin getirdiği zorunlu kısıtlamalar gibi sebeplerle genel kurullar, elektronik ortamda gerçekleştirilebilir. Aynı zamanda genel kurul toplantı belgelerini şirketler İngilizce gibi yabancı bir dilde de yayınlamalıdır. Genel kurul öncesinde ve toplantı boyunca kurumsal iletişim ve yatırımcı ilişkileri ekipleri şirketin değerini ve kültürünü aktarmak için beraber çalışmalıdır. Bu toplantılar şirket itibarının yükseltilmesi ve imajının tanıtılması için bir fırsat olarak görülmeli ve odak her fırsatta şirketin stratejisini sunmak olmalıdır. Bireysel yatırımcıların, kurumsal yatırımcıların ve analistlerin beklentileri şeffaf bir şekilde karşılanmalı, yapılan sunumlar bütün kitlelere hitap etmelidir. (Guimard, 2008:148)

2.5 Yatırımcı İlişkileri Uygulamalarında Yapay Zekâ

Son zamanlarda dünyanın gündemin oturan ve ciddi yatırımlar alan yapay zekâ, insan zekası gerektiren bir çok görevi yerine getirebilen makineler oluşturmayı amaçlayan bilimsel bir disiplin olarak tanımlanmıştır. Yapay zekâ çalışmaları yaklaşık 60 sene önce başlamıştır. Temel olarak iki farklı araştırma alanı içermektedir. Birincisi kurallara, mantığa ve sembollere dayanır. Açıklanabilir niteliğe sahip olmakla beraber eğer sorun doğru bir şekilde tanımlanmışsa belirli bir sorun için her zaman doğru bir çözüm bulmaktadır. Diğer araştırma alanı ise örneklere, veri analizine ve korelasyona dayanmaktadır. Çözülmesi gereken problemin eksik ya da kötü tanımlanmış olduğu durumlarda uygulanabilir. Ancak bu tür yapay zekâ çok fazla veri gerektirir, genellikle daha az açıklanabilir ve her zaman küçük bir hata payı bulunmaktadır. Yapay zekâ hakkında yapılan bu iki çalışma ve düşünme biçimi, her ikisinin de avantajlarını

maksimize etme ve dezavantajlarını minimize etmek için günümüzde daha fazla birleştirilmektedir. (Rossi, 2019)

Yapay zekâ, yükselen trendiyle beraber yatırımcı ilişkilerinin bir aracı olmaya başlamıştır. Yatırımcı ilişkilerine çeşitli faydalar sunarak çalışmalarını kolaylaştırmaktadır. Yapay zekâ destekli yazma araçları ile yatırımcıya sunulan ilgi çekici rapor ve belgeleri oluşturmak mümkün hale gelmiştir. Bu araçlar sunulan içeriğin yaratıcılığını arttırarak raporun dilini daha kolay anlaşılabilir hale gelmesine yardımcı olmaktadır. Yazma araçlarının bir diğer iyi yanı ise yazdırılan belgenin profesyonel biçimde farklı dillere çevrilmesidir. Yapay zekâ kişiselleştirmenin merkezinde güçlü bir şekilde kendine yer edinmiştir. Yapay zekanın bu özelliği sayesinde geçmiş etkileşimleri veri olarak kullanarak yatırımcıların kriterlerine göre uyarlanmış raporlar oluşturmaktadır. Bu özelliğin en kullanışlı yanı ise finansal ve teknik dili anlamakta zorlanan yatırımcılar için daha basit raporlar oluşturabilmesidir. (Yücel, 2024:1) Ayrıca iletişimi belirli yatırımcı profillerine göre kişiselleştirmesi, yatırımcı ile etkileşimi arttırmaktadır. Yine kişiselleştirme özelliği ile yatırımcıların geçmiş yatırımları ve tercihlerini analiz ederek potansiyel yatırımcıları belirleyebilmektedir. Güçlü özellikleri sayesinde finansal raporların özetlenmesine de yardımcı olabilmektedir. Ayrıntılı olarak 3 aylık ve yıllık finansal raporlardan yönetici özeti ve önemli noktaları hızlı bir şekilde oluştururken finansal paydaşlar için daha anlaşılabilir hale getirilebilir. Finansal sonuç açıklama toplantıları öncesinde bu toplantılar için anlamlı metinler yapay zekâ yardımı ile oluşturulabilir. Yapay zekâ daha önceki transkriptleri analiz ederek iyileştirilmiş bir rapor oluşturabilir. (BNY Mellon, 2023:5)

Yapay zekanın Doğal Dil Oluşturma (NGL) aracı sayesinde geçmiş verilere ve analist raporlarına dayanarak taslak rapor oluşturma ve toplantılarda sorulabilecek en olası soruları tahmin edebilir. Toplantılara hazırlanırken yapay zekâ destekli tasarım araçları sayesinde finansal verilerin ya da projeksiyonların görsel olarak dikkat çekici sunum ve grafikler yaratılabilir. Yapay zekanın tasarım yönünü efektif olarak kullanarak yatırımcı sunumları yatırımcı da heyecan uyandıran hale gelebilir. Yapay zekâ tasarım araçları Yatırımcı sunumlarında verilmek istenen mesajları ve finansal verileri daha açık bir şekilde ön plana çıkarabilir. (Gebhardt, 2023 ve Yücel, 2024:2)

Internet sitesine eklenecek yapay zekâ sohbet robotları, yatırımcılara hisse senedi performansı, temettü politikaları, finansal sonuç özeti ya da yaklaşan etkinlikler gibi

sorulara anında cevap verebilir ve site arayüzünde kolayca yönlendirebilir. Yapay zekâ sayesinde duyarlılık analizi araçları sayesinde yatırımcı duyarlılığında, sosyal medya ve çeşitli haberlerde yer alan çeşitli eğilimleri ve ortaya çıkarabilmek için büyük verileri analiz etme yeteneğine sahiptir. Analiz sonucunda şirket tarafından verilen mesajın kamuoyu tarafından nasıl anlaşıldığına dair bilgiler vermektedir. Hisse fiyatı ve hisse performansına yönelik olarak geçmiş verilere ve piyasa duyarlılığına dayalı olarak piyasa dinamikleri ve potansiyel riskleri içeren analizleri yatırımcı ilişkilerinin önüne serilebilir. (BNY Mellon, 2023:5 ve Yücel, 2024:2)

Yapay zekanın güçlü yapısı ve kullanışlarını araçlarına rağmen bünyesinde çeşitli riskleri de barındırmaktadır:

- Yapay zekâ günümüzde hala geliştirme aşamasındadır. Tam olarak bitmiş bir makine olmadığından dolayı sonuçların doğrulanması gerekmektedir.
- Yapay zekâ yardımı ile oluşturulan çalışmalar şeffaflık ve güven ilkelerine aykırı olarak sonuç verebilir. Bu konuda kontrol mekanizmasının devreye girmesi gerekir.
- Her teknolojik süreçte olduğu gibi yapay zekâ teknolojisinde gizlilik gibi etik hususlar dikkatle incelenmelidir. (Yücel, 2024:2)

2.6 Literatür Taraması

Yatırımcı ilişkileri konusunda yapılan yerel ve uluslararası çalışmalar bu bölümde yer almaktadır.

Craven ve Marston (1997), Birleşik Krallık şirketleri yatırımcı ilişkileri süreçlerine dair bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmanın amacı yatırımcı ilişkilerini araştırırken, yatırımcı ilişkileri faaliyetleri ile kurumsal yönetim arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışma sonucunda şirketin büyüklüğü ile gelişmiş yatırımcı ilişkileri değerlendirilmeleri arasında pozitif ilişki bulunmaktadır.

Brennan ve Tamarowski (2000), çalışmalarında yatırımcı ilişkileri, likidite ve hisse fiyatları arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, etkin olarak kullanılan yatırımcı ilişkileri uygulamalarının hisse fiyatının fiyat hareketlerine pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Chang, D'Anna, Watson ve Wee (2006), yatırımcı ilişkilerinin bilgi asimetrisine etkisini araştırmak amacı ile Avustralya borsasındaki şirketlere internet tabanlı bir anket uygulamıştır. Yatırımcı ilişkileri tarafından yapılan açıklamaların bilgi asimetrisini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kara, Sarıkaya ve Temizel (2009), piyasa ile yatırımcı ilişkilerinde güven oluşumunun önemi ve ekonomiye olan katkılarını ele almıştır. Çalışmada güven oluşumunda etkin bir araç olarak Kurumsal Sosyal Sorumluluk incelenmiştir. Çalışma sonucunda işletme temelinde örülen güven ilişkisinin makro alanda kendini gösterdiği ve toplum ile örgüte yönelik katma değerin arttığı görülmektedir.

Temizel, Sarıkaya ve Bayram (2010), yatırımcı ilişkileri yönetiminde iletişim ve bilgi teknolojilerinin rolü kapsamında İMKB-50 endeksinde yer alan şirketlerin internet siteleri incelenmiştir. Sonuçlara göre yatırımcı ilişkileri bakımından 3 işletme iyi, 12 işletme ortalama ve 34 işletme zayıf olarak bulgulanmıştır.

Karademirlidağ ve Yılmaz (2010), şirket internet siteleri üzerinde yatırımcı ilişkileri ve finansal halkla ilişkiler kapsamında şirketlerin paydaşları ile iletişim kurma biçimlerini incelemişlerdir. Bu doğrultuda, yatırımcı ilişkileri ve finansal halkla ilişkileri alanları kavramsal olarak ortaya koymak amacı ile 2008 yılı Capital 500 listesinde yer alan ilk 100 şirketi analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda şirketlerin internet sayfasında finansal halkla ilişkilere dair bir görev tanımının olmadığı saptanmıştır. Elde edilen bir diğer sonuç ise yatırımcı ilişkileri kapsamında internet sitesi kullanımı paydaşlarla iletişim kurmada önemli bir araç olduğudur.

Hoffman ve Fieseler (2011), bir şirketin sermaye piyasalarında değerlendirilmesinde rol oynayan finansal olmayan unsurları belirlemeyi ve yatırımcı ilişkilerinin stratejik iletişim işlevini ön plana çıkartmayı amaçlamıştır. Elde edilen unsurların, yatırımcı ilişkilerinin kurduğu etkin ve kaliteli iletişim sayesinde paydaşlara iletilmesi şirkete pozitif katkı sağladığı belirlenmiştir.

Bushee ve Miller (2012), daha küçük sermayeli şirketlerin yatırımcı ilişkileri uygulamalarının etkilerini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma sırasında, şirketlerle yapılan görüşmede yatırımcı ilişkileri stratejilerinin kurumsal yatırımcının ilgisine yönelik olduğu belirlenmiştir. Çalışma sonucunda, yatırımcı ilişkilerini güçlendiren küçük

sermayeli şirketlerin kurumsal yatırımcının dikkatini çektiği ve dolayısıyla şirket görünürlüğü ve piyasa değerinin arttığı gözlenmiştir.

Alberti-Alhtaybat ve Al-Htaybat (2015), çalışmasında Orta Doğu bölgesindeki web 2.0 tabanlı sosyal medyanın yatırımcı ilişkileri için kullanımını araştırmaktadır. Çalışma sonucunda Orta Doğu bölgesi için şirketler tarafından sosyal medya tabanlı yatırımcı ilişkileri uygulamalarının kolaylıkla benimsenmeye başladığı saptanmıştır.

Kostakoğlu ve Temizel (2016), Borsa İstanbul'da işlem gören madencilik sektörü şirketlerini internet tabanlı yatırımcı ilişkileri açısından incelemiştir. Çalışma ilgili şirketleri birbirleri ile karşılaştırarak yatırımcı ilişkileri alanındaki eksikleri belirlemiştir.

Bayçelebi ve Temizel (2016), yatırımcı ilişkileri internet siteleri ile TOPSIS performans sıralaması arasındaki ilişki üzerine analiz yapmıştır. Araştırma, Dokuma Giyim Sanayi ve Deri İmalat Sektöründe işlem gören 15 şirketin internet siteleri üzerinden yapılmıştır. Çalışma sonucunda, iki şirkette negatif yönlü ilişki tespit edilirken, diğer şirketlerde herhangi bir ilişki tespit edilememiştir.

Temizel ve Lafdal (2017), Borsa İstanbul'da işlem gören GYO şirketleri internet siteleri yatırımcı ilişkileri içeriklerini incelenmiştir. Gayrimenkul yatırım ortaklığı sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin birbirleri ile karşılaştırıldığı çalışmada, yatırımcı ilişkileri puanları ile piyasa değerleri arasında anlamlı bir ilişki kurulamamıştır.

Ulucan, Esen ve Temizel (2017), çalışmalarında Borsa İstanbul endeksinde yer alan şirketlerin internet tabanlı yatırımcı ilişkileri uygulamalarının BIST100 endeksinde yer alan şirketler arasındaki konumunu incelemiştir.

Temizel ve Kostakoğlu (2017), Borsa İstanbul'a kote olmuş sigorta şirketlerini internet tabanlı yatırımcı ilişkileri bakımından analiz etmiştir. Elde edilen bulgulara göre en başarılı şirket AVISA olmuştur.

Basse Mama ve Kotchoni (2017), yatırımcı ilişkilerinin, şirketin hisse senedinin yanlış fiyatlamasının düzeltilme sürecinde rolünü araştırmıştır. Çalışma sonucunda, genel olarak gelişmiş bir yatırımcı ilişkileri, etkin hisse senedi fiyatları oluşturma kabiliyetlerini kolaylaştırdığı saptanmıştır.

Nel, Smit ve Brümmer (2017), çalışmalarında Johannesburg Borsası şirketleri kurumsal web sitelerinin içerik analizini kullanarak yatırımcı ilişkilerinin sermaye maliyeti

üzerindeki etkisini araştırmayı hedeflemiştir. Araştırma, borç maliyeti ile yatırımcı ilişkileri arasında anlamlı ve negatif bir ilişki olduğunu göstermiştir. Aynı zamanda, yatırımcı ilişkileri seviyesinin özsermaye maliyeti ile de anlamlı ve negatif bir ilişkisi olduğu bulunmuştur.

Temizel ve Çoban (2017), Borsa İstanbul'da işlem gören futbol kulüpleri ile İngiltere'de halka açık futbol kulüplerinin internet sitelerini yatırımcı ilişkileri açısından analiz etmiştir. Çalışma sonucunda, İngiliz futbol kulüplerinin güçlü yatırımcı ilişkileri ve yüksek taraftar sadakati sayesinde sportif başarı elde edemeseler dahi finansal açıdan kuvvetli olduğu saptanmıştır. Türk futbol kulüplerinin yatırımcı ilişkileri konusunda mesafe kat etmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Meriç, Şahin ve Temizel (2018), çimento sektöründe faaliyet gösteren İsviçre merkezli Lafarge Holcim, Almanya merkezli Heidelberg Cement ve Türkiye'den Çimsa şirketlerini yatırımcı ilişkileri yönetimi açısından analizini gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucundan Avrupa şirketlerinin Çimsa'dan daha yüksek puan aldığı saptanmıştır.

Temizel, Peker ve Meriç (2018), iletişim sektöründe faaliyet gösteren Vodafone, ATveT ve Turkcell şirketlerinin yatırımcı ilişkileri bakımından karşılaştırılması yapılmıştır. Şirketlerin faaliyet raporu, finansal sonuç açıklama ve internet siteleri bilgi düzeyleri karşılaştırılmış, aynı zamanda aldıkları puanlar ile piyasa değerleri ve büyüklükleri karşılaştırılarak yatırımcı ilişkileri bakımından değerlendirilmiştir. Turkcell şirketi diğer şirketlere göre kötü performans göstermiştir. Çalışma sonucunda yatırımcı ilişkilerine verilen önem ile piyasa değerleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Yalım (2018), finansal halkla ilişkiler aracı olan yıllık faaliyet raporunu baz alarak Borsa İstanbul'da işlem gören ulaştırma sektör şirketleri arasında bir inceleme yapmıştır. Bu çalışmanın amacı ilgili şirketlerin yıllık faaliyet raporlarını finansal halkla ilişkiler kapsamında değerlendirilme. Araştırma sonucunda faaliyet raporlardaki bilgilerin asgari düzeyde verildiği tespit edilmiştir.

Temizel ve Meriç (2019), Avrupa Birliği ve Türkiye Borsalarını yatırımcı ilişkileri açısından incelemiştir. Çalışmada altı Avrupa Birliği ülkesi borsaları ve Borsa İstanbul'un internet sayfaları değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, elde edilen bulgular doğrultusunda Borsa İstanbul internet sayfasının diğer borsalarına yakın olduğu saptanmıştır.

Yetgin, Meriç ve Temizel (2019), Türkiye ve Dünyada yatırımcı ilişkileri uygulamaları bakımından ilaç sektörünü analiz etmiştir. Çalışmaya AstraZeneca, Pfizer ve Eczacıbaşı dahil edilmiştir. En yüksek puanı Pfizer alırken en düşük puanı Eczacıbaşı almıştır. Pfizer ve AstraZeneca şirketlerinin piyasa değeri ve halka açıklık oranlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Daha büyük yatırımcı kitlesi ile karşı karşıya kalan şirketlerin yatırımcı ilişkileri uygulamalarını daha çok önemsendiği saptanmıştır.

Ece (2019), yatırımcı ilişkilerinin finansal iletişim düzeyi ile firma piyasa ve finansal performansı üzerine BIST’de bir uygulama gerçekleştirmiştir. Çalışmanın amacı şirketler için teorik gelişmelerin etkilerine dair ampirik kanıtlar sunmayı amaçlamaktadır. Araştırmada panel veri metodolojisi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda piyasa değeri bazında negatif, piyasa performansı ve finansal performans bazında pozitif seyirli ve istatistiksel olarak anlamlı sonuç elde edilmiştir.

Kılınç ve Akyol (2019), şirketlerin yatırımcı ilişkileri internet siteleri içeriklerini halkla ilişkiler; ilişki sürdürme stratejileri doğrultusunda analiz etmeyi amaçlamıştır. Çalışmaya 2016 yılı Türkiye’nin en büyük 500 şirketi sıralamasındaki ilk 10 şirket dahil edilmiştir. Çalışma sonucunda şirket internet sitelerinde paydaşları ile iletişimi daha çok güvence ve açıklık stratejileri üzerine inşa ettikleri saptanmıştır.

Orçun (2020), Borsa İstanbul ulaştırma sektörü özelinde internet tabanlı yatırımcı ilişkileri yönetimlerini incelemiştir. Sonuçlara göre, PGSUS en yüksek skora sahip şirket olmuştur. Ayrıca, çalışmada şirketlerin elde ettikleri skorlar, çalışmanın gerçekleştirildiği dönemde hisse fiyat hareketleri ile karşılaştırılmıştır fakat anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.

Karolyi, Kim ve Liao (2020), 59 ülkeden yatırımcı ilişkileri yetkililerinin anket verilerini kullanarak şirketlerin çeşitli yatırımcı ilişkileri uygulamalarını tespit etmeyi amaçlamaktadırlar. Araştırma sırasında yatırımcı ilişkileri faaliyetlerinin şirket, sektör ve ülke bazında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Medyanın ilgisini daha çok çeken büyük şirketlerin yatırımcı ilişkileri faaliyetlerini daha çok geliştirdiği gözlenmiştir. Araştırma sonucunda, şirketlerin küresel yatırımcılara yönelik yatırımcı ilişkileri faaliyetleri, daha yüksek Tobin’s Q değerlendirme oranları ile ilişkili olduğu saptanmıştır.

Yalım (2021), BIST30 endeksinde yer alan şirketlerin finansal halkla ilişkileri kapsamında internet sitesi yatırımcı ilişkileri bölümü kullanımına dair bir araştırma

gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda şirketler içerik ve teknoloji kategorilerinde glyken, diğerkategorilerde şirket genel olarak zayıf kalmıştır.



3. YATIRIMCI İLİŞKİLERİNDE EN İYİ UYGULAMALAR: BIST30 ŞİRKETLERİ VE FTSE30 ŞİRKETLERİNİN YATIRIMCI İLİŞKİLERİ UYGULAMALARI KAPSAMINDA KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Bu bölümde yapılan araştırmanın yöntemi, araştırmanın örnekleme ve araştırmada aranan unsurlar yer almaktadır.

3.1 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmaya konu olan soruların cevaplanabilmesi için içerik analizi temel yöntem olarak belirlenmiştir.

Carl Roberts yaptığı çalışmada içerik analizini bir metine veya diğer bir sembolik materyal uygulanan herhangi bir metodolojik ölçmeler olarak tanımlamıştır. (Roberts, 1997)

İçerik analizi kendini sınırlandırarak işleyene bir yöntemdir. Daha işin başında, yapılan araştırmanın açık ve net bir şekilde belirlenime koşulunu göz önüne almaktadır. İçerik analiz kurallara ve ilkelere kesin olarak uymak zorundadır ve bu yüzden araştırma yapılan malzemelerde dikkate alınacak ve dikkat edilmeyecek konuların keyfi olarak belirlenmemesi gereken bir yöntemdir. İçerik analizi araştıran tarafından seçilmiş araştırma konusundaki önemli konulara yoğunlaşan stratejidir. (Gökçe, 2006)

Araştırma kapsamında Borsa İstanbul’a kote olmuş BIST30 endeksi içerisindeki 30 şirket, Londra Menkul Kıymetler Borsası’na kote olmuş 30 şirket olmak üzere toplam 60 şirket incelenmiştir. 11 Ocak 2024 tarihi itibarı ile Borsa İstanbul BIST30 Endeksi’nde yer alan şirketler ve aynı tarihte Londra Menkul Kıymetler Borsası’nda piyasa değeri en yüksek ilk 30 şirket incelenmiştir Çalışmanın devamında Londra Menkul Kıymetler Borsası’nda çalışmaya dahil edilen şirketler “FTSE30 olarak anılacaktır. İncelenen şirketler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya konu şirketler

FTSE30 Şirketleri		BIST30 Şirketleri	
ŞİRKET İSMİ	ŞİRKET KODU	ŞİRKET İSMİ	ŞİRKET KODU
SHELL PLC	SHEL	TÜRK HAVA YOLLARI	THYAO
ASTRAZENECA PLC	AZN	TÜPRAŞ	TUPRS
HSBC HOLDINGS PLC	HSBA	BİM	BIMAS
UNILEVER PLC	ULVR	AKBANK	AKBNK
BP PLC	BP	KOÇ HOLDİNG	KCHOL
GSK PLC	GSK	İŞ BANKASI	ISCTR
DIAGEO PLC	DGE	SABANCI HOLDİNG	SAHOL
RELX PLC	REL	TURKCELL	TCELL
RIO TINTO PLC	RIO	ASELSAN	ASELS
BRITISH AMERICAN TOBACCO PLC	BATS	ŞİŞE CAM	SISE
GLENCORE PLC	GLEN	ALARKO HOLDİNG	ALARK
RECKITT BENCKISER GROUP PLC	RKT	ARÇELİK	ARCLK
NATIONAL GRID PLC	NG.	ASTOR ENERJİ	ASTOR
BAE SYSTEMS PLC	BA.	EMLAK KONUT GAYRİMENKUL	EKGYO
COMPASS GROUP PLC	CPG	ENKA İNŞAAT	ENKAI
EXPERIAN PLC	EXPN	EREĞLİ DEMİR ÇELİK	EREGL
HALEON PLC	HLN	FORD OTOSAN	FROTO
ROLLS-ROYCE HOLDINGS PLC	RR.	GARANTİ BANKASI	GARAN
FLUTTER ENTERTAINMENT PLC	FLTR	GÜBRE FABRİKALARI	GUBFR
LLOYDS BANKING GROUP PLC	LLOY	HEKTAŞ	HEKTS
BARCLAYS PLC	BARC	KONTROLMATİK	KONTR
ASHTED GROUP PLC	AHT	KOZA ALTIN MADEN	KOZAL
ANGLO AMERICAN PLC	AAL	KARDEMİR KARABÜK DEMİR ÇELİK	KRDMD
3I GROUP PLC	III	ODAS ELEKTRİK ÜRETİM	ODAS
PRUDENTIAL PLC	PRU	OYAK ÇİMENTO	OYAKC
NATWEST GROUP PLC	NWG	PETKİM	PETKM
TESCO PLC	TSCO	PEGASUS	PGSUS
VODAFONE GROUP PLC	VOD	TOFAS OTOMOBİL	TOASO
ANTOFAGASTA PLC	ANTO	YAPIKREDİ BANKASI	YKBNK
SSE PLC	SSE	SASA POLYESTER	SASA

Tablo 1’de araştırmaya konu şirketlerin isimleri ve borsa işlem kodları verilmiştir.

Araştırmaya konu olmuş şirketlerin internet siteleri içerikleri, finansal sonuç açıklama kriterleri ve faaliyet raporları incelenirken TÜYİD’in ve vergi, denetim ve danışmanlık şirketi KPMG tarafından hazırlanan skor kart kullanılmıştır. Skor kart uluslararası literatüre uygun olarak en iyi yatırımcı ilişkileri uygulamaları ile güncellenmiştir. Bu

kapsamda internet sitesi içeriği için 75 adet soru, finansal sonuç açıklama için 58 adet soru, faaliyet raporu için 63 adet soru için cevap aranmıştır.

Tarafsız değerlendirme yöntemi belirlenerek ekte listelenen internet sitesi içeriği, finansal sonuç açıklama ve faaliyet raporu kategorileri altında sıralanan sorular 11 Ocak 2024 tarihi itibarı ile Borsa İstanbul ve Londra Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören şirketler için incelenmiştir.

İncelemede cevaplar “VAR” ya da “YOK” şeklindedir. Puanlama “VAR” cevabı verilen sorulara 1 (bir) puan, “YOK” cevabı verilen sorulara 0 (sıfır) olarak gerçekleşmiştir.

İnternet sitesi içeriği ile ilgili sorulara cevap aranırken araştırmaların gerçekleştirildiği süre zarfında güncel durumlarıyla hem İngilizce hem Türkçe olarak incelenmiştir.

Finansal sonuç açıklama ile ilgili sorulara cevap aranırken 2022 yılı yıllık ve çeyreklik finansal raporlar, yatırımcı sunumları ve basın bültenleri incelenmiştir.

Faaliyet raporları ile ilgili sorulara cevap aranırken 2022 yılı yıllık ve çeyreklik faaliyet raporları incelenmiştir.

Araştırmada cevap aranan sorular EK 1, EK 2 ve EK 3'te sunulmuştur.

Bu araştırmada Türkiye'deki en büyük 30 şirketin yatırımcı ilişkileri açısından ne durumda olduğu, Türkiye'deki şirketler ile farklılıkları ve İngiltere'deki şirketler ile karşılaştırmalı sonuçları sunulmuştur. Londra Menkul Kıymetler Borsası küresel yatırımcılara hitap eden ve finansal piyasalar açısından gelişmiş piyasa olmasından dolayı tercih edilmiştir. Böylelikle hem gelişmiş piyasadaki şirketlerin yatırımcı ilişkilerindeki durumu incelenmiş hem de gelişmekte olan piyasadaki şirketler ile arasındaki farklar incelenmiştir.

3.1.1 İnternet sitesi içeriği

Günümüzde internetin gelişmesi ve yayılması ile birlikte küresel ölçekte yatırımcıların ve potansiyel yatırımcıların borsalara ve şirket verilerine erişimi önemli derecede artmıştır. Borsada işlem gören şirketlerin hem yerli yatırımcı hem de yabancı yatırımcılara yoğun çaba göstermeden ulaşabilmesi için internet sitesi iletişim kanalını görsellik ve içerik anlamında efektif biçimde kullanması gerekir. Mevcut yatırımcıların şirkete olan güveninin devamının sağlanması ve potansiyel yatırımcıların dikkatini çekmek ve şirkete ortak olmaya ikna etmek için internet sitesi içeriği anlaşılır, yatırımcıya faydalı ve detaylı veriler sunmalıdır.

Araştırmada kullanılan skor kart ölçeği ile şirketlerin internet sitelerinin içeriğine ölçmek amacıyla şirketin ticaret sicili, genel hisse bilgileri, hisse fiyat performansı ve işlem

gördüğü borsaya dair bilgiler, genel kurula ait dokümanlar, şirket politikaları, şirkete ait finansal tablolar, faaliyet raporları, yatırımcı sunumları, yatırımcı takvimi ve sürdürülebilirlik gibi kriterlere cevap aranmaktadır. Skor kart ölçeğinde yer alan internet sitesi içeriği ilgili sorulan sorular detaylı olarak EK 1’de verilmiştir.

3.1.2 Finansal sonuç açıklama

Şirketlerin finansal sonuçları farklı ihtiyaçlara sahip analistler, mevcut yatırımcılar, potansiyel yatırımcılar veya bono/tahvil yatırımcısı gibi kişilere hitap etmektedir. Şirketler finansal sonuçları açıklarken hazırladıkları raporlar ya da sunumlar yatırımcıların farklı ihtiyaçlarını karşılamaları kamuoyu tarafından olumlu olarak karşılanmaktadır. Küresel çaptaki yatırımcılara hitap edebilmek için finansal sonuçları döviz bazında yayınlamak daha detaylı analiz sağladığından dolayı yatırımcıların şirkete ilgisini arttırabilir.

Araştırmada kullanılan skor kart ölçeği ile şirketlerin finansal sonuçlarını açıklama performansının ölçülmesi hedeflenmiştir. Skor kart ölçeği ile tüm halka arz tarihinden itibaren bütün finansal tabloları, genel anlamıyla gelir gider kırılımları, finansal sonuca yardımcı olarak grafik ya da şekil kullanımı, finansal sonuçların döviz bazında ve farklı dosya formatlarında yatırımcıya sunulması gibi sorulara cevap aranmaktadır. Skor kart ölçeğinde yer alan finansal sonuç açıklama ile ilgili sorular detaylı olarak EK 2’de sunulmuştur.

3.1.3 Faaliyet raporu

Faaliyet raporları şirketin kendisini bir bütün olarak kamuoyuna aktarabildiği, ayrıntılı ve ilk ağızdan bilgileri içeren raporlardır. Faaliyet raporları diğer iletişim kanallarına göre şirketin daha kapsamlı bilgiler içerdiğinden dolayı kamuoyu arasında bilgi asimetrisini engellemek adına şirketler tarafından etkili bilgi iletişim aracıdır. Borsalarda işlem gören şirketler faaliyet raporundaki ayrıntılı bilgiler açık ve doğru bir şekilde aktarıldığı takdirde şirketin vizyonunu, yönetimini ve geleceğe yönelik hedeflerini direkt olarak kamuoyu ile paylaşma imkanına sahip olur.

Araştırmada kullanılan skor kart ölçeği ile şirketlerin faaliyet raporlarının içerik zenginliğinin ölçülmesi hedeflenmiştir. Skor kart ölçeği ile şirketin operasyonel ve finansal verileri, sektör verileri, yönetim kurulu ve üst yönetim, şirket politikaları, kurumsal yönetim komiteleri, hisse senedi performansı ve yatırımcı ilişkileri hakkındaki

sorulara cevap aranmıştır. Skor kart ölçeğinde yer alan faaliyet raporu ile ilgili sorular EK 3'te detaylı olarak sunulmuştur.



4. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ, BULGULAR VE YORUM

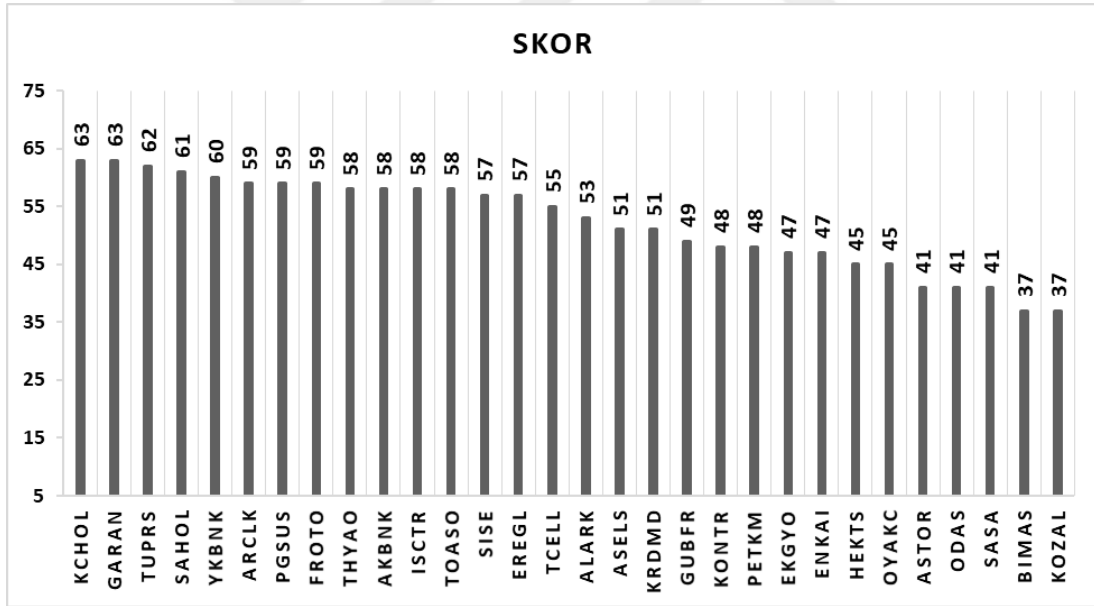
Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen bulguların analizi ve yorumlanmasına odaklanılmaktadır.

4.1. İnternet Sitesi İçeriği Skorları

Borsa İstanbul'a (BIST) kote olan BIST30 endeksinde yer alan 30 şirket ve Londra Menkul Kıymetler Borsası'na kote olan 30 şirket (FTSE30) için ilgili sorulara cevap aranmıştır. İnternet sitesi içeriğine ilişkin inceleme şirketlerin güncel kurumsal siteleri için yapılmıştır.

Borsa İstanbul'a kote olmuş şirketler arasında en yüksek skora (63/75) Koç Holding (KCHOL) ve Garanti BBVA (GARAN) sahiptir. En düşük skora (37/75) ise Bim A.Ş. (BIMAS) ve Koza Altın İşletmeleri (KOZAL) sahiptir.

Şekil 4. BIST30 şirketleri internet sitesi içeriği skor sıralaması

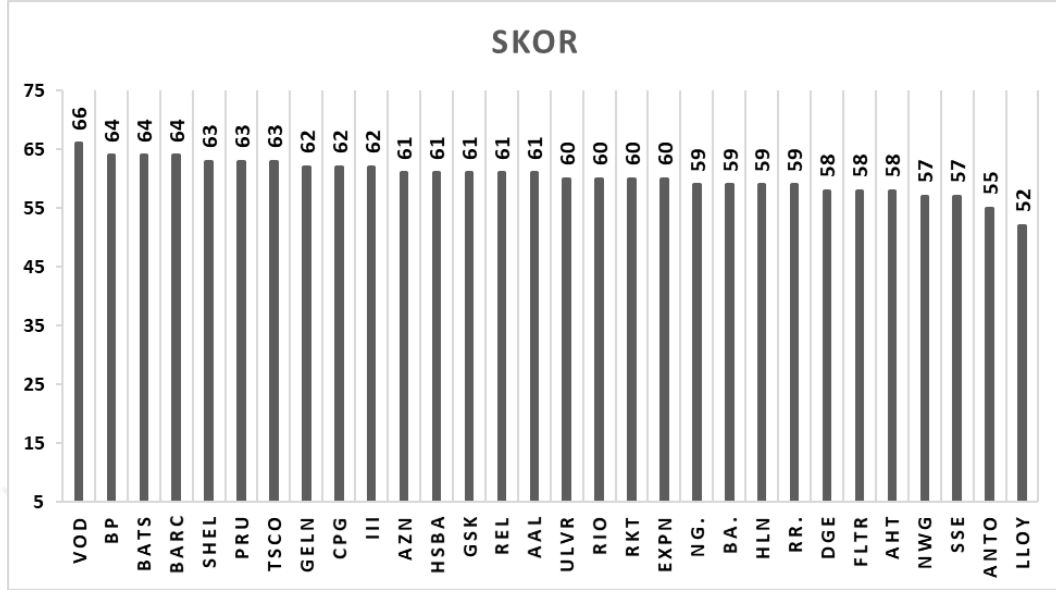


Şekil 4'te BIST30 endeksinde yer alan şirketlerin internet sitesi içeriği skor sıralaması verilmiştir.

BIST30 şirketlerinin internet sitesi içeriği detaylı skor tablosu EK 4'te verilmiştir.

FTSE30 şirketleri arasında en yüksek skora (66/75) Vodafone PLC (VOD) sahiptir. En düşük skora ise (52/75) Lloyds Banking Group PLC (LLOY) sahiptir.

Şekil 5. FTSE30 şirketleri internet sitesi içeriği skor sıralaması



Şekil 5'te FTSE30 şirketlerinin internet sitesi içeriği skor sıralaması verilmiştir.

FTSE30 şirketlerinin internet sitesi içeriği detaylı skor tablosu EK 5'te verilmiştir.

Bu veriler doğrultusunda FTSE30 şirketlerinin BIST30 şirketlerine göre internet sitesi imkanlarından daha iyi yararlandığı sonucuna ulaşılmaktadır.

En yüksek skoru alan şirketlerin (KCHOL, GARAN ve VOD) skorları birbirine yakın olarak gerçekleşmiştir. Şirketlerin internet sitelerindeki benzer eksiklikleri ise yatırımcı ilişkileri mobil uygulamasının bulunmaması, şirketin faaliyet gösterdiği ülkelere detaylı olarak ulaşılamaması, geleceğe yönelik beklentilere ulaşılamaması ve yapay zeka araçlarından yardım alınmaması gibi kriterler olarak saptanmıştır.

En düşük skoru alan şirketlerin (BIMAS, KOZAL ve LLOY) skorları arasında fark bulunmaktadır. FTSE30 içerisindeki LLOY (52/75) şirketi internet sitesinde BIST30 endeksi içerisinde yer alan BIMAS ve KOZAL'ın (37/75) internet sitelerine göre daha fazla kritere yer verilmiştir.

LLOY şirketi internet sitesinde şirket bölünme ve birleşmeleri, organizasyon şeması, analist listesi, yatırımcı kiti, hisse performans grafiği ve hisse fiyatı, yatırımcı ilişkileri mobil uygulaması, bağlantılar, geleceğe yönelik beklentiler, yatırımlar, yapay zekâ araçları, temel risk unsurlarına ulaşılamamaktadır.

BIMAS ve KOZAL internet sitelerinde yönetim kurulu üyelerinin özgeçmişleri, kredi notları, şirket birleşme ve bölünmeleri, hisseye ait bilgiler, yatırımcı ilişkileri iletişim bilgileri, organizasyon şeması, etkinlik takvimi, hisse performans grafiği ve hisse fiyatı, yatırımcı ilişkileri mobil uygulaması, bağlantılar, geleceğe yönelik beklentiler, yatırımlar, özel durum açıklamalarının bağımsız olması, yapay zekâ araçları, temel risk unsurlarına ulaşamamaktadır.

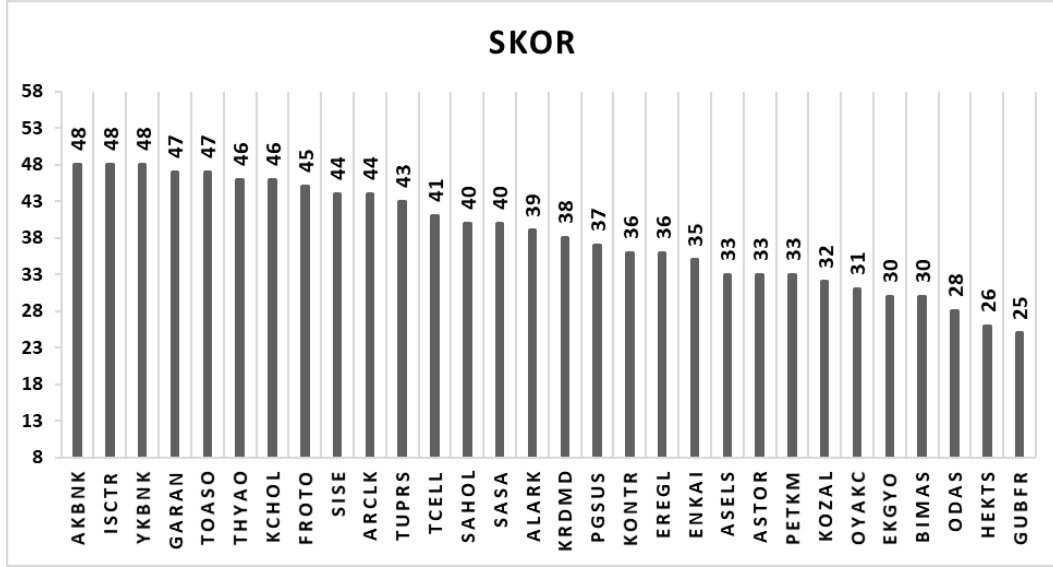
Çalışmaya konu olmuş bütün şirketlerin verileri incelendiğinde ise FTSE30 şirketlerinin internet sitesi skorlarının birbirilerine daha yakın olduğu gözlenmiştir. BIST30 şirketleri skorlarının ise birbirlerine karşı önemli farkları bulunmaktadır. Bu bilgilere göre FTSE30 şirketleri internet sitelerinin daha çok bilgiye sahip olduğu saptamıştır. Borsa İstanbul'a kote olmuş şirketlerin ise bilgi eksikliğinden dolayı kamuoyunu yanlış karar vermeye yönlendirebilir.

4.2 Finansal Sonuç Açıklama Skorları

Borsa İstanbul'a (BIST) kote olan BIST30 endeksindeki 30 şirket ve Londra Menkul Kıymetler Borsası'na kote olan 30 şirket (FTSE30) için ilgili sorulara cevap aranmıştır. Finansal sonuç açıklama kriterleri ile ilgili sorulara cevap aranırken yıllık ve çeyreklik yatırımcı sunumları, aylık ve yıllık strateji sunumları, şirketlerin finansal sonuçlar için yayınladıkları çeyreklik ve yıllık raporlar ve şirket bültenleri incelenmiştir.

BIST30 şirketleri arasında en yüksek skora (48/58) Akbank (AKBNK), İş Bankası (ISCTR) ve Yapı Kredi Bankası (YKBNK) sahiptir. En düşük skora (25/58) ise Gübre Fabrikaları (GUBFR) sahiptir.

Şekil 6. BIST30 şirketleri finansal sonuç açıklama skor sıralaması

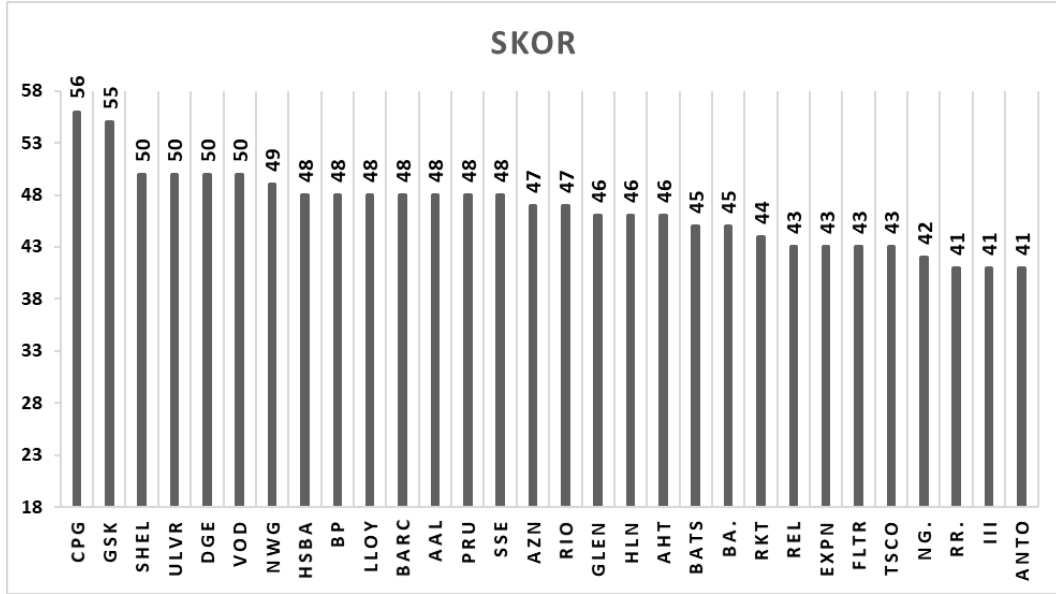


Şekil 6’da BIST30 endeksinde yer alan şirketlerin finansal sonuç açıklama skor sıralaması verilmiştir.

BIST30 şirketlerinin finansal sonuç açıklama detaylı skor tablosu EK 6’da verilmiştir.

FTSE30 şirketleri arasında en yüksek skora (56/58) Compass Group PLC (CPG) sahiptir. En düşük skora ise (41/58) Rolls-Royce Holdings PLC (RR.), 3I Group PLC (III) ve Antofagasta PLC (ANTO) sahiptir.

Şekil 7. FTSE30 şirketleri finansal sonuç açıklama skor sıralaması



Şekil 7’de FTSE30 şirketlerinin finansal sonuç açıklama skor sıralaması verilmiştir.

FTSE30 şirketlerinin finansal sonuç açıklama detaylı skor tablosu EK 7’de verilmiştir.

Bu veriler doğrultusunda FTSE30 şirketlerinin BIST30 şirketlerine göre finansal sonuçları daha detaylı açıkladığı sonucuna ulaşılmaktadır.

En yüksek skoru alan şirketlerin (AKBNK, ISCTR, YKBNK ve CPG) skorları birbirlerinden farklı olarak gerçekleşmiştir.

CPG şirketi belirlenen kriterleri neredeyse eksiksiz karşılamıştır. CPG şirketinin eksik kriterleri şirket giderlerinin detaylı bilgisi ve dijital olarak yatırımcı sunumu ya da dijital finansal sonuç raporuna ulaşılmaması olarak belirlenmiştir.

AKBNK, ISCTR, YKBNK BIST30 şirketleri arasında en iyi skorları alırken FTSE30 şirketleri ile yakın skorları almıştır. Belirtilen şirketlerin eksik kriterleri ise şirket gelirlerinde yaşanan artma veya azalmanın nedenlerinin belirtilmemiş olması, şirket giderlerinin döviz cinsinden kırılımı, ortalama borç oranı, karşılaştırılmalı yatırım tutarları, son yıllardaki finansal ve operasyonel göstergelerin tek bir dosya olarak verilmemesi olarak saptanmıştır.

En düşük skoru alan şirketlerin (RR., III, ANTO ve GUBFR) skorları arasında ciddi fark bulunmaktadır. FTSE30 şirketleri RR., III, ANTO (41/58) BIST30 şirketi GUBFR'e (25/58) göre finansal sonuçlarını daha detaylı ve özenli hazırladığı gözlenmektedir.

RR., III ve ANTO şirketleri finansal sonuç açıklama yöntemlerinde makroekonomik göstergeler, gelir ve giderlerin döviz cinsi, borç yapısının döviz cinsi, geleceğe yönelik finansal hedefler, webcast yayınlarına şifresiz ulaşma imkânı, webcast ait transkript, döviz kurları, finansal sonuçların Microsoft Excel versiyonu gibi kriterlere ulaşılamamaktadır.

GUBRF şirketi finansal sonuç açıklama yönteminde çeyreklik yatırımcı sunumları, gelir kırılımları, operasyonel veriler, giderlerin kırılımı ve gider nedenleri, şirket gelir ve giderlerinin döviz bazında verilmesi, ortalama borç oranı, temel rasyolar, geleceğe yönelik finansal rasyolar, çeyreklik sonuçlara ait webcast yayınları, toplu olarak finansal bilgiler dosyası, temettü ayrıntıları, döviz kurları, yatırımcı ilişkileri iletişim adresi, finansal sonuçlara farklı para birimi ve farklı dosya formatında ulaşılamamaktadır.

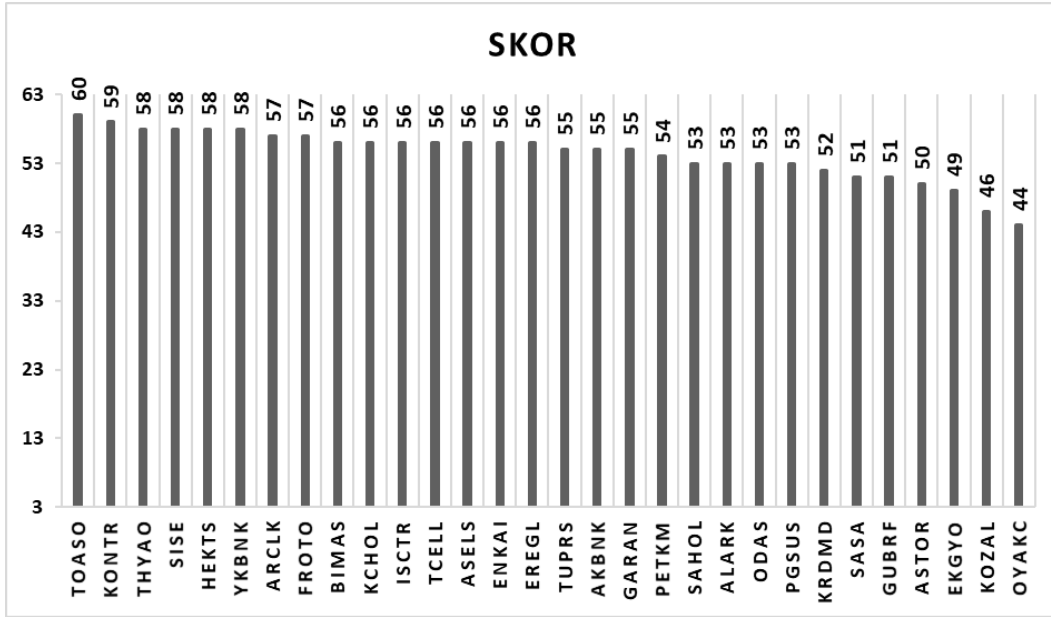
Çalışmaya konu olmuş bütün şirketlerin verileri incelendiğinde ise FTSE30 şirketlerin finansal sonuç açıklama skorlarının birbirilerine daha yakın olduğu gözlenmiştir. BIST30 şirketleri skorlarının ise birbirlerine karşı önemli farkları bulunmaktadır. Bu bilgilere göre FTSE30 şirketlerinin finansal verilerini kamuoyuna daha şeffaf ve daha detaylı açıklandığı saptamıştır. BIST30 şirketlerinin ise finansal bilgi eksikliğinden dolayı kamuoyunu eksik veya hatalı finansal analiz ile birlikte yanlış karar vermeye yönlendirebilir.

4.3 Faaliyet Raporu Skorları

Borsa İstanbul'a (BIST) kote olan BIST30 endeksindeki 30 şirket ve Londra Menkul Kıymetler Borsası'na kote olan 30 şirket (FTSE30) için ilgili sorulara cevap aranmıştır. Faaliyet raporları ile ilgili sorulara cevap aranırken 2022 yılı yıllık ve çeyreklik faaliyet raporları incelenmiştir.

BIST30 şirketleri arasında en yüksek skora (60/63) Tofaş Türk Otomobil Fabrikası (TOASO) sahiptir. En düşük skora (44/63) ise Oyak Çimento (OYAKC) sahiptir.

Şekil 8. BIST30 şirketleri faaliyet raporu skor sıralaması

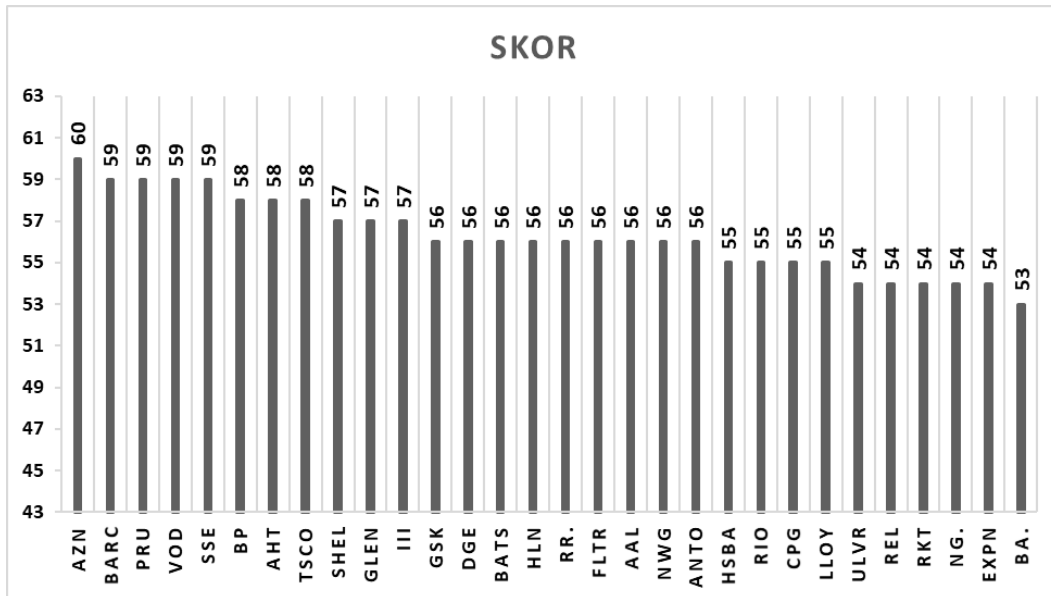


Şekil 8’de BIST30 şirketlerinin faaliyet raporu skor sıralaması verilmiştir.

BIST30 şirketlerinin faaliyet raporu detaylı skor tablosu EK 8’de verilmiştir.

FTSE30 şirketleri arasında en yüksek skora (60/63) Astrazeneca PLC (AZN) sahiptir. En düşük skora ise (53/63) BAE Systems PLC (BA.) sahiptir.

Şekil 9. FTSE30 şirketleri faaliyet raporu skor sıralaması



Şekil 9’da FTSE30 şirketlerinin faaliyet raporu skor sıralaması verilmiştir.

FTSE30 şirketlerinin faaliyet raporu detaylı skor tablosu EK 9’da verilmiştir.

Bu veriler doğrultusunda FTSE30 şirketlerinin BIST30 şirketlerinin faaliyet raporlarının daha fazla kritere sahip olduğu ve kamuoyuna daha fazla bilgi erişimi sağladığı sonucuna ulaşılmaktadır.

En yüksek skorları alan TOASO ve AZN (60/63) aynı skora sahiptir. Her iki borsada da bu iki şirketin arkasından gelen şirketlerin skorları en yüksek puanı alan şirketlerin skorları yakındır. Belirtilen şirketlerin faaliyet raporlarında bağış ve kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde yapılan etkinlikler, üst düzey yöneticiler sağlanan huzur hakkı veya prim ve yıllık hisse senedi performansına ve yürütülen faaliyetler ile ilgili sözlüğe ulaşılamamaktadır.

En düşük skoru alan şirketlerin (BA. ve OYAKC) skorları arasında fark bulunmaktadır. FTSE30 şirketi BA.’nın (53/63) BIST30 şirketi OYAKC’ye (44/63) göre faaliyet raporlarında daha fazla bilgiyi kamuoyu ile paylaştığı gözlenmektedir.

BA. şirketinin faaliyet raporlarında imzalı sorumluluk beyanları, faaliyetler ile ilgili sözlük, bağış ve kurumsal sosyal sorumluluk etkinlikleri, yönetim kurulu üyelerinin imzalı bağımsızlık beyanları, üst düzey yöneticiler, huzur hakkı veya prim tutarları, yıllık hisse performansı, konsept tasarım ve organizasyon yapısına ulaşılamamaktadır.

OYAKC şirketinin faaliyet raporlarında imzalı sorumluluk beyanları, faaliyetler ile ilgili sözlük, yatırımcı ilişkileri biriminin faaliyetleri, yönetim kurulu üyelerinin özgeçmişleri, yönetim kurulu üyelerinin imzalı bağımsızlık beyanları, üst düzey yöneticiler ve huzur hakkı veya prim tutarları, dijital faaliyet raporu, yıllık hisse senedi performansı ve kredi derecelendirme notlarına ulaşılmadığı saptanmıştır.

Çalışmaya konu olmuş bütün şirketlerin verileri incelendiğinde ise FTSE30 şirketlerinin faaliyet raporu skorlarının birbirlerine daha yakın olduğu gözlenmiştir. BIST30 şirketlerinin faaliyet raporu skorlarının ise birbirlerine karşı farkları bulunmaktadır. Bu bilgilere göre FTSE30 şirketleri faaliyet raporlarında kamuoyu ile daha fazla bilgiye yer verildiği saptanmıştır. BIST30 şirketleri ise faaliyet raporlarında daha az bilgiye vermesi piyasadaki asimetrik bilginin artmasına neden olabileceği riskini arttırmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

1929 yılında yaşanan Büyük Buhran ve 1939-1945 yıllarında yaşanan II. Dünya Savaşı gibi küresel çaptaki krizler dolayısı ile ülke ekonomileri ve finansal piyasalar durgunlaşmış, halkın ve yatırımcıların piyasalara olan güveni kaybolmuştur. II. Dünya savaşının yıkıcı etkisinin geride kalması ile birlikte finansal piyasalar canlanmaya, hem kurumsal hem de bireysel yatırımcılar sahip oldukları finansal piyasalarda değerlendirmeye başlamıştır. Şirketlerin kendi değerlerini arttırma arzusu, hissedar ilişkilerinin iyileştirilmesine yönelik çabalar vasıtasıyla yatırımcı ilişkileri bölümünün önemini ve potansiyelini ön plana çıkarmıştır.

Yatırımcı ilişkileri, hissedarlar ve diğer paydaşlar arasında iletişimi etkin olarak sağlayarak finansal piyasalar için kritik rol oynamaktadır. Yatırımcı ilişkilerinin hissedarlara ve paydaşlara aktardığı bilgi sayesinde şirketlerin finansal piyasalardaki rekabet gücü ve market değerleri artarken bilgi asimetrisinin azalmasına katkıda bulunacaktır.

Teknoloji ve bilgi teknolojileri alanındaki gelişmeler paralelinde şirketler maliyetinin düşük olması, sürdürülebilirlik hedefleri kapsamında çevreye ve doğaya zararsız olması ve küresel çaptaki her birime çok kısa sürede bilgi aktarımı sağlayabilme yeteneğinden dolayı interneti, şirketin her alanına entegre etmektedir. Bu alanların başında ise yatırımcı ilişkileri bölümü gelmektedir. Yatırımcı ilişkileri en iyi uygulamaları arasında internet önemli bir statüye sahiptir. Yatırımcıların şirketler ve finansal piyasalar hakkında temel bilgileri internet üzerinde kolaylıkla elde edebildikleri günümüz koşullarında yatırımcı ilişkileri en iyi uygulamaların büyük bir bölümünü internet üzerinden gerçekleştirmektedir. Yatırımcı ilişkileri şirketin internet sitesi ve düzenleyici kurumların internet siteleri aracılığı ile mevcut ve potansiyel yatırımcılara minimum çaba harcayarak ulaşmaktadır. Ayrıca internet sitelerine ek olarak yatırımcı ilişkileri tarafından yayınlanan basın bültenleri, çevrimiçi faaliyet raporları ve yatırımcı sunumları, çeşitli formlar ve çevrimi genel kurullar gibi çevrimi araçlar sayesinde bilgi aktarımı kolaylaşmıştır.

Ülkemizde yatırımcı ilişkileri etkinliğini ve yatırımcı ilişkileri uygulamaları hakkında yapılan çalışma sayısının oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma, yatırımcı ilişkileri alanındaki eksikliği doldurarak literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir. Çalışma çıktıları finansal piyasaların bütün katılımcılarına fayda sağlayabilir.

Finansal piyasaların gelişebilmesi için bilginin doğru ve hızlı bir şekilde yayılabilmesi önemli bir gereksinimdir. Yatırımcı ilişkileri uygulamalarının verimli bir şekilde kullanımı finansal piyasalardaki bilgi sorunun çözülmesine katkıda bulunmaktadır. Bilgi sorunun minimize edildiği finansal piyasalarda, paydaşlarının finansal piyasaları olan güveni ve bağlılığı artmaktadır. Çalışma, şirketlere yatırımcı ilişkileri geliştirilmesi hakkında rehber olmakla birlikte yatırımcıların farkındalığını arttırarak finansal piyasalardaki var olan güveni arttırmaya ve dolayısıyla finansal piyasaların gelişmesine katkı sağlayabilir. Gelişmiş finansal piyasalardaki risk oranı daha düşük olduğundan dolayı, bu piyasaları küresel çapta talep artarak ülke ekonomisinin büyümesine yardımcı olabilir.

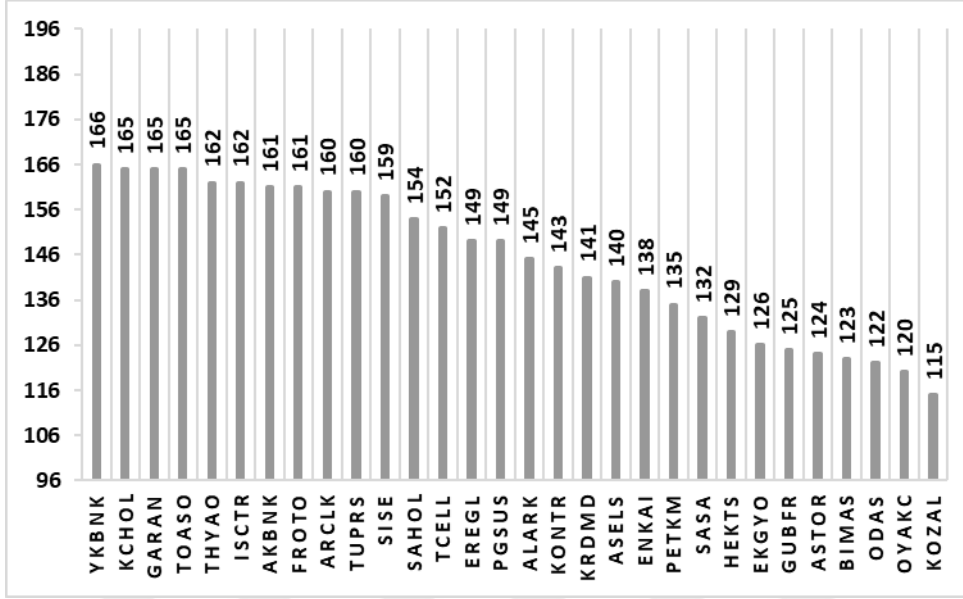
Çalışma, araştırmaya dahil olan şirketler yatırımcı ilişkileri alanındaki avantajlarını ve eksikliklerini değerlendirme imkânı sunmaktadır. Bu sayede hem araştırmaya dahil olan hem de dahil olmayan şirketler mevcut durumlarını analiz ederek yatırımcı ilişkilerini geliştirmek için gerekli aksiyonları alabilir.

Bu çalışma, düzenleyici kurumların genel olarak şirketlerin uyguladıkları yatırımcı ilişkileri uygulamalarını gözlemlemeye olanak tanımaktadır. Bu sayede düzenleyici kurumlar, finansal piyasaların sağlıklı gelişebilmesi için uygun görülen çeşitli yatırımcı ilişkileri uygulamalarını zorunlu hale getirebilir.

Çalışma kapsamında Borsa İstanbul BIST30 endeksinde işlem gören 30 şirket ve Londra Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören piyasa değeri en yüksek ilk 30 (FTSE30) şirket olmak üzere toplam 60 şirket incelenmiştir. Çalışma kapsamında incelenen şirketlerin yatırımcı ilişkileri uygulamaları kapsamında faaliyet raporları, finansal sonuç açıklama uygulamaları ve internet sitelerine skor kart uygulanmıştır. Bu suretle yatırımcı ilişkilerinin şirketler açısından ne denli önemli olduğunu göstermiştir. Bu suretle şirketlerin yatırımcı ilişkilerine verdiği önem gözlenmiştir.

Toplam skor kart puanları değerlendirildiğinde BIST30 şirketleri arasında en yüksek puanı (166/196) YKBNK almıştır. En düşük puanı (115/196) ise KOZAL almıştır. Diğer BIST30 şirketlerin aldığı toplam puanlar Şekil 10'da belirtilmiştir.

Şekil 10. BIST30 şirketleri toplam skorlar



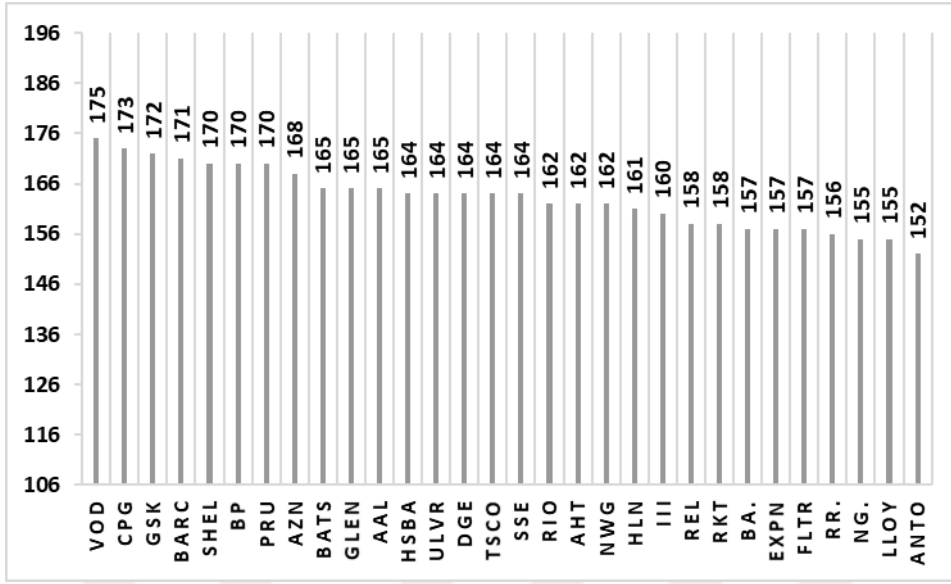
Şekil 10’da BIST30 şirketlerinin toplam skor sıralaması verilmiştir.

YKBNK çalışmada kullanılan ölçeğe en fazla uyum gösteren BIST30 şirketi olmuştur. YKBNK yatırımcıları ve paydaşları ile ilişkisini şeffaf ve güvenilir olarak öne çıkarmaktadır. Şirket, güçlü kurumsal yapısı ve küresel çapta bilinirliği ile öne çıkarak müşterileri ve yatırımcıları başta olmak üzere bütün paydaşlarına verdiği önemi göstermektedir. YKBANK şirketini yakın puanla KCHOL, GARAN ve TOASO şirketleri takip etmektedir.

KOZAL şirketi en düşük puanı alarak çalışmaya dahil edilen tüm şirketler arasında en son sırada yer almıştır. KOZAL şirketi yatırımcı sunumu, gelir/gider kırılımları, döviz bazında finansal verilerin yayınlanmaması gibi temel kriterleri karşılayamadığı belirlenmiştir. Şirket, çalışmaya konu edilen şirketler arasında yatırımcı ilişkilerine en az önemi veren şirket olmuştur.

FTSE30 şirketleri toplam skor kart puanları değerlendirildiğinde en yüksek puanı (175/196) VOD almıştır. En düşük puanı (152/196) ise ANTO almıştır. Diğer FTSE30 şirketlerinin aldığı toplam puanlar Şekil 11’de belirtilmiştir.

Şekil 11. FTSE30 şirketleri toplam skorlar



Şekil 11’de FTSE30 şirketlerinin toplam skor sıralaması verilmiştir.

Çalışmaya konu şirketler arasında çalışmada kullanılan ölçeğe en fazla uyum sağlayan şirket VOD olmuştur. Şirketin sahip olduğu küresel marka bilinirliği, kurumsal yapısı, hizmet kalitesini yatırımcı ilişkilerine de yansıttığı görülmektedir. Şirket sürdürülebilir yatırımcı ilişkileri uygulamaları sayesinde etkin bir iletişim kurarak yatırımcılarına ve paydaşlarına güven aşıladığı saptanmıştır.

FTSE30 şirketleri arasında en düşük puanı alan şirket ise ANTO olmuştur. En düşük puanı almasına rağmen çalışmaya konu olan 60 şirket içerisinde 42. Sırada olması FTSE30 şirketlerinin yatırımcı ilişkileri verdiği önemi gözler önüne sermektedir. Şirket, en düşük puanı alan KOZAL şirketine göre ölçekte kullanılan kriterlerden birçoğunu karşılayarak yatırımcı ilişkilerine verdiği önemi göstermektedir.

Gerçekleştirilen çalışma sonucunda elde edilen toplam puanlara göre en yüksek puanı Vodafone Group PLC (VOD) alırken en düşük puanı ise Koza Altın Maden (KOZAL) almıştır. Toplam puanlara göre en düşük puanları alan şirketlerin çoğunluğu BIST30 şirketlerinden oluşmakta olduğu göze çarpmaktadır.

BIST30 ve FTSE30 şirketlerini yatırımcı ilişkileri bakımından karşılaştırma amacı taşıyan bu çalışma sonucunda FTSE30 şirketleri ortalama 163,2 puan alırken, BIST30 şirketleri ortalama 144,9 puan almıştır. Bu sonuç, FTSE30 şirketlerinin yatırımcı ilişkilerine daha fazla önem verdiğini, finansal piyasaları sürekli ve yüksek oranda

bilgilendirerek bilgi asimetrisini minimize ettiğini, yatırımcıları ve paydaşları ile stabil ve sürdürülebilir etkin bir iletişim halinde olduğu gözlenmiştir.

Çalışmaya dahil edilen FTSE30 şirketlerinin piyasa değerlerinin BIST30 şirketlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda elde edilen skor kart puanları ile piyasa değerleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu bilgilerden hareketle piyasa değeri yüksek şirketlerin yatırımcı ilişkileri uygulamalarına daha fazla önem verdiği çıkarımı yapılabilir.

Elde edilen sonuçlara göre FTSE30 şirketlerinin yatırımcı ilişkilerinin daha gelişmiş olması çeşitli faktörlere bağlı olarak açıklanabilir. FTSE30 şirketlerin köklü ve güvenilir geçmişe sahip olması, uluslararası iş modelleri, küresel çapta tanınması, marka bilinirliği ve rekabet avantajını elde tutması şirketleri finansal piyasalarda öne çıkaran unsurlar olduğunu göz ardı etmemek gerekmektedir. Ayrıca, FTSE30 şirketlerinin birçoğunun NASDAQ ya da NYSE gibi borsalarda da işlem görmesi, şirketin küresel bilinirliğini artırarak potansiyel ve mevcut yatırımcı kitlesini arttıran bir unsur olduğunda yatırımcı ilişkileri uygulamalarını geliştirme ihtiyacını doğurmuştur.

BIST30 şirketlerinin 11 tanesi FTSE30 şirketlerinin aldığı puan ortalamasına yakın performans gösterirken diğer şirketler ortalamanın altında performans göstermiştir. FTSE30 puan ortalamasına yakın performans gösteren şirketlerin güçlü kurumsal yapıları, ihracat ağırlıklı iş modeli benimsemeleri, yabancı yatırımcı oranının yüksek seviyelerde seyretmesi, diğer şirketlere göre marka bilinirliğinin yüksek olması gibi unsurlar şirketlerin yatırımcı ilişkilerine daha fazla önem vermesinde etkili olmuştur. İlgili şirketler finansal piyasalara daha çok bilgi aktararak mevcut ve potansiyel yatırımcılar ile piyasa katılımcılarının güvenini ve şirkete olan bağlılığını arttırmayı hedeflemekte oldukları söylenebilir.

Bu çalışmada, daha önce Borsa İstanbul'da işlem gören çeşitli sektörlerde ait şirketlerin Avrupa ve İngiltere borsalarında işlem gören aynı sektörde faaliyet gösteren benzer şirketler ile yatırımcı ilişkileri uygulamaları, piyasa değerleri ve halka açıklık oranlarının karşılaştırıldığı çalışmalar ile benzer bulgular tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında yatırımcı ilişkileri alanındaki hipotezi desteklediği görülmüştür. Bu çalışma literatürdeki diğer çalışmaların bulgularını desteklemekte ve yüksek piyasa değerine ve

yüksek halka açıklık oranına sahip şirketlerin yatırımcı ilişkileri uygulamalarını geliştirmek için çaba gösterdiklerini ortaya koymaktadır.

Halka açık şirketler tarafından yatırımcı ilişkileri yönetimi uygulamalarının geliştirilmesi ile sahip olunan stratejik ve tutarlı iletişim zincir reaksiyon oluşturarak hem şirketlere hem de finansal piyasalara çeşitli faydalar sağlayacağı öngörülmektedir. Yatırımcı ilişkileri uygulamaları geliştirilmesi şirketin şeffaf ve etkin iletişimini arttırarak, yatırımcıların ve paydaşların güveninin kazanılmasını sağlayacaktır. Aynı zamanda yatırımcıların şirkete olan sadakatlerinin artmasına katkıda bulunacaktır. Şirket tarafından yaratılan güven ortamı, yatırımcıların şirkete olan talebini arttırarak hisse senedi fiyatının yükselmesine ve daha düzenli fiyat hareketlerine yol açarak yüksek volatilitiyi önleyecektir. Bu da doğrudan şirketin piyasa değerinde artışa yol açacak ve piyasa değerindeki dalgalanmaları önleyecektir.

Şirketin piyasa değerindeki artışın şirket üzerinde olumlu bir etki yaratacağı ve yeni yetenekler kazandıracağı tahmin edilmektedir. Hisse fiyatlarının artması sayesinde şirketin sermaye maliyetleri düşecek, finansmana erişim olanakları kolaylaşacaktır. Böylece yatırımlarını arttırarak büyüme ve kârlılık fırsatlarına daha kolay erişebilir ve bunları daha kolay hayata geçirme imkanına sahip olacaktır. Bir diğer faydası da şirketin kurumsal yönetim anlayışını güçlendirmesi ve bunun sonucunda piyasalarda ve medyada itibarını artırması, şirketin piyasadaki rekabet avantajını artırması ve paydaşlarla işbirliğini kolaylaştırmasıdır. Piyasa değeri yükselen bir işletmede çalışanların mutluluk ve motivasyon düzeyleri artarak daha üretken hale gelecek, bu da şirketin faaliyetlerine doğrudan olumlu katkı sağlayabilecektir.

Yatırımcı ilişkileri yönetiminin güçlenmesi, şirket ve finansal piyasaların şeffaflığına katkı sağlayarak içeriden öğrenenlerin ticaretini (insider trading) önlemede faydalı olacaktır. Piyasalardaki bilgi asimetrisini minimize edilmesi hem yerel hem de yabancı yatırımcının borsaya olan ilgisini arttıracak ve yatırım yapması için teşvik edecektir. Ek olarak, yatırımcı ilişkileri tarafından paylaşılan bilgilerin miktarı ve niteliğinin artması, yatırımcıların finansal okur-yazarlık düzeyini arttırmasına destek olması düşünülmektedir.

Yukarıdaki bilgiler ışığında şirketler yatırımcı ilişkileri yönetimine verdiği önemi arttırmaları önerilmektedir. Şirketler, kurumsal internet sitelerinin yanı sıra,

yatırımcıların şirket hakkındaki bilgilere kolay erişimini sağlamak için çarpıcı bir tasarıma sahip ve doyurucu bilgi içeren bir yatırımcı ilişkileri internet sitesi oluşturmalıdır. İnternet sitesi, yatırımcılar için önemli bir iletişim aracı olan yatırımcı sunumları ve bu sunumlara ait şifresiz olarak ulaşılabilen webcast ve podcast kayıtlarını içermelidir. İnternet sitesinde geçmiş dönemlere ait sunum ve kayıtlara yer verilmesi yatırımcıların şirket hakkında daha fazla bilgi sahibi olması ve şirketin yıldan yıla gelişimini analiz edebilmesi bakımından önem arz etmektedir. Bu unsurlara ek olarak, internet sitesi hisse senedine ait kod bilgileri, geniş veri setine sahip hisse performans grafiği, hisse senedi getiri hesaplama araçları gibi yatırımcının araştırmasını kolaylaştıracak araçlar da kendine yer bulması önerilmektedir. Aynı zamanda şirketin mali durumu ile ilgili bilgiler excel gibi farklı dosya formatlarında internet sitesinde yer almalıdır.

Şirketlerin finansal sonuçları, yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Bu sebeple şirketlerin finansal durumlarını şeffaf bir biçimde paylaşması yatırımcılar ve paydaşlarla nezdinde mühimdir. Özellikle Türkiye gibi enflasyonun yüksek seviyelerde seyrettiği ülkelerde, şirketlerin finansal sonuçlarını enflasyondan arındırılmış olarak ya da yabancı para cinsinden kamuoyu ile paylaşmaları önerilmektedir. Bu önerideki temel amaç, şirketin büyümesini şeffaf olarak ifade etmektir. Ayrıca, şirketin faaliyet gösterdiği ülkenin makroekonomik verilerinin sektör ve yer aldığı sektörün dinamiklerinin yatırımcılar ile şeffaf biçimde paylaşılması önerilmektedir. Böylece, şirketin finansal performansına bağlı olarak yabancı yatırımcıyı şirket hissedarı olması için ikna etmek ve hisse senedi fiyat hareketlerini düzenleyerek şirketin piyasa değeri artabilir.

Şirketlerin faaliyet raporları, şirket ve sektör hakkında bütün bilgileri içermeli ve okuyucu tarafından rahatlıkla okunmalıdır. Rapor dili anlaşılabilir olmalı ve şirket faaliyetlerinin kolay anlaşılabilmesi için teknik sözlükle (glossary) desteklenmelidir. Yatırımcının dikkatini çekme amacıyla şirket faaliyetlerine uygun konsept tasarıma sahip olmalı ve görseller ile zenginleştirilmelidir. Şirketin finansal durumunu açıkça yansıtmalı, temel analiz oranlarına ve makroekonomik verilere yer verilmesi önerilmektedir. Raporların mobil cihazlar ile uyumlu olması gibi teknolojik gelişmelere ayak uydurması yatırımcı nezdinde olumlu karşılanmaktadır.

Gelecekteki yatırımcı ilişkileri yönetimi değerlendirme çalışmaları, işlem hacmi, yabancı yatırımcı oranları ve hisse senedi fiyat performansları gibi değişkenleri de dahil ederek karşılaştırılmalı olarak çeşitli perspektiflerden analiz edilebilir.



KAYNAKÇA

- Ağar, B. E. (2019). *Yatırımcı İlişkilerinde Etkin Web Sitesi Yönetiminin Önemi*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.
- Akerlof, G. A. (1970). The Market for Lemons: Quality, Uncertainty and The Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*(84), 488-500.
- Akın, H. B. (2001). *Yeni Ekonomi: Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- Alp, S., ve Karakaş, A. (2008). Asimetrik Bilgi Teorisi Karşısında Hayek'in Ekonomik Yaklaşımları: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Liberal Düşünce Dergisi*(52), 215-230.
- Antelo, M., ve Peon, D. (2012). *Financial Markets: A Guided Tour*. Nova Science Publishers.
- Bebchuk, L., Cohen, A., ve Hirst, S. (2017). The Agency Problems of Institutional Investors. *The Journal of Economic Perspectives*(31), 89-112.
- Bechan, N. (2011). Contextualisation of the Function of Investor Relations From an Institutional and Private Investor Perspective. *Communicatio*(37), 137-154.
- BNY Mellon. (2023). *Generative AI and the Capital Markets: Transforming Investor Relations*. New York: The Bank of New York Mellon Corporation.
- Boubakri, N., Cosset, J.-C., ve Some, H. (2011). Institutional Investors in Global Capital Markets. *International Finance Review*(12), s. 3-13.
- Bragg, S. M. (2010). *Running an Effective Investor Relations Department : A Comprehensive Guide*. New Jersey: John Wiley ve Sons.
- Brennan, M. J., ve Tamarowski, C. (2000). Investor relations, liquidity, and stock prices. *Journal of Applied Corporate Finance*(12), 26-37.
- Brennan, N. M., ve Kelly, S. (2000). Use of the Internet by Irish Companies for Investor Relations Purposes. *Irish Business and Administrative Research*, 21(2), 107-135.
- Chang, M., D'Anna, G., Watson, I., ve Wee, M. (2006, Kasım). Investor Relations Affect Information Asymmetry? Evidence from Australia. *SSRN Electronic Journal*.

- Çağatay, O. (2020). İnternet Tabanlı Yatırımcı İlişkileri Analizi: Borsa İstanbul Ulaştırma Sektöründe Bir İnceleme. *Ekonomi, Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, (5), 128-139.
- Çoban, U., ve Temizel, F. (2017). Borsa İstanbul'daki Türk Futbol Kulüpleri Web Sitelerinin İngiltere'deki Rakipleriyle Yatırımcı İlişkileri Açısından Analizi. *Business and Management Studies: An International Journal*, 5(1), s. 191-208.
- Desai, V. (2008). *Financial Markets and Financial Services*. Global Media.
- Dirk. (2021). Deutscher Investor Relations Verband. adresinden alındı
- Dirk, ve Ey. (2021). *Best Practice of Investor Relations in the Future*. Deutscher Investor Relations Verband.
- DiStaso, M. W., Michealson, D., ve Gilfeather, J. (2018). *A Communication Guide for Investor Relations in an Age of Activism*. Business Expert Press.
- Ditlevsen, M. G. (2012). Revealing Corporate Identities in Annual Reports. *Corporate Communications: An International Journal*, 17(3), 379-403.
- Drake, P. P., ve Fabozzi, F. J. (2010). *The Basics of Finance*. New Jersey: Wiley ve Sons.
- Dziawgo, D. (2012). Investor Relations ve Importance in the Global Financial Market. *Equilibrium Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 60-76.
- Eccles, R. G., Ioannou, I., ve Serafeim, G. (2014). The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance. (60), 2835-2857.
- Ellis, C. D. (1985). How to Manage Investor Relations. *Financial Analysts Journal*(41), 34-41.
- Ethem, E., Temizel, F., ve Özdemir, A. (2020). Borsa İstanbul 100 Endeksinde Yer Alan Şirketlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Finansal Performans İlişkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 1(16), s. 150-159.
- Gebhardt, H., Lambertin, J., ve Golsch, L. (2023). *AI in Investor Relations*. FTI Consulting.
- Gordon, E., ve Natarajan, K. (2008). *Financial Markets and Institutions*. Himalaya Publishing House.

- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi - Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gravelle, H., ve Rees, R. (2004). *Microeconomics* (3 b.). Londra: Pearson Education.
- Groysberg, B., Healy, P., ve Chapman, C. (2008). Buy-Side vs. Sell-Side Analysts' Earning Forecast. *Financial Analyst Journal*(64), 25-39.
- Guimard, A. (2008). *Investor Relations Principles and International Best Practices of Financial Communications*. Palgrave Macmillan.
- Gündoğdu, A. (2021). *Finansal Yönetim* (3 b.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Gürsoy, C. T. (2012). *Finansal Yönetim İlkeleri* (3 b.). İstanbul: Beta Basım Yayın A.Ş.
- Icr. (2022). *Investor Relations Primer: The Basics of an Effective Plan*. New York: ICR Partners.
- Irwin. (2023). *The Ultimate Guide to Investor Relations*. Irwin.
- Jegadeesh, N., Joonghyuk, K., Krische, S. D., ve Lee, C. M. (2004). Analyzing the Analysts: When Do Recommendations Add Value? *The Journal of Finance*(59), 1083-1124.
- Karan, M. B. (2021). *Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi* (7 b.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karolyi, A., Kim, D., ve Liao, R. (2017). The Theory and Practice of Investor Relations: A Global Perspective. *Management Science*, 66(10).
- Kidwell, D. S., Blackwell, D. D., Whidbee, A. D., ve Sias, W. R. (2012). *Financial Institutions, Markets, and Money* (11 b.). New Jersey: John Wiley ve Sons.
- Kılınç, Ö., ve Akyol, M. (2019). Halkla İlişkiler Bağlamında İlişki Sürdürme Stratejileri: Yatırımcı İlişkilerinde Web Siteleri Üzerine Bir Analiz. *Selçuk İletişim*, 12(2).
- Kirk, M. P., ve Vincent, J. D. (2014). Professional Investor Relations within the Firm. *The Accounting Review*, 89(4), 1421-1452.
- Knoop, T. A. (2013). *Global Finance in Emerging Market Economies*. Routledge.
- Kostakoğlu, S. F., ve Temizel, F. (2017). Web Tabanlı Yatırımcı İlişkileri Yönetimi Uygulamaları: Borsa İstanbul da İşlem Gören Sigorta Şirketleri Üzerine Bir Analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), s. 113-124.

- Kübler, F. (2022). The Organisation of Global Financial Markets. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*(158).
- Laskin, A. V. (2017). *The Handbook of Financial Communication and Investor Relations*. John Wiley ve Sons.
- Marcus, B. W. (2005). *Competing for Capital: Investor Relations in a Dynamic World*. New Jersey: John Wiley ve Sons.
- Marshall, A. (1966). *Principles of Economics* (8. b.). Basingstoke, İngiltere: Macmillan Press.
- Marston, C. (2008). Investor Relations Meetings: Evidence from the Top 500 UK Companies. *Accounting and Business Research*(38), 21-48.
- Meriç, E., ve Temizel, F. (2019). Avrupa Birliği ve Türkiye Borsalarının Yatırımcı İlişkileri Açısından Karşılaştırılması . 2. *Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi*, (s. 394-401). Balıkesir.
- Meriç, E., Şahin, H. İ., ve Temizel, F. (2018). atırımcı İlişkileri Yönetimi Açısından Performans Değerlendirmesi: Çimento Sektörü Örneği. *International Necatibey Educational and Social Sciences Research Congress*. Balıkesir.
- Merkley, K., Michealy, R., ve Pacelli, J. (2017). Does the Scope of the Sell-Side Analyst Industry Matter? An Examination of Bias, Accuracy, and Information Content of Analyst Reports. *The Journal of Finance*(72), 1285-1334.
- Michie, R. C. (1999). *The London Stock Exchange: A History*. New York: Oxford University Press.
- Mishkin, F. S. (2007). Is Financial Globalization Benefical? *Journal of Money, Credit and Banking*(39), 259-294.
- Mishkin, F. S. (2018). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets*. Pearson.
- Mishkin, F. S., ve Eakins, S. G. (2021). *Financial Markets and Institutions* (9 b.). Pearson.

- Movassaghi, H., Bramhandkar, A., ve Shikov, M. (2004). Emerging vs. Developed Markets Closed-end Funds: A Comparative Performance Analysis. *Managerial Finance*(30), 51,61.
- Nel, G. F., Smit, M., ve Brümmer, L. M. (2019). The Impact of Internet Investor Relations on the Cost of Capital: Evidence from Companies Listed on the Johannesburg Stock Exchange. *Australian Accounting Review*, 88(29).
- Niri. (tarih yok). National Investor Relations Institute. adresinden alındı
- Orçun, Ç. (2020). İnternet Tabanlı Yatırımcı İlişkileri Analizi: Borsa İstanbul Ulaştırma Sektöründe Bir İnceleme. *Ekonomi, Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 5(1), s. 128-139.
- Özbörçek, H. (2020). *Yatırımcı Güveni ve Kurumsal İtibarın Korunmasında Yatırımcı İlişkilerinin Rolü*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.
- Özdemir, A., Temizel, F., ve Esen, E. (2020). Holding Şirketlerinde Sosyal Medya Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(21), s. 38-47.
- Özdemir, O., Aslantaş Ateş, B., ve Tekin, T. (2022). Yatırımcı İlişkileri: Scopus Veri Tabanında Bibliyometrik Analiz. *Journal of Yasar University*, 17(62), s. 149-172.
- Peker , G., Meriç, E., ve Temizel, F. (2018). Yatırımcı İlişkileri Yönetimi Açısından İletişim Sektöründe Performans Değerlendirmesi. *ISEFE, II International Symposium on Economics, Finance and Econometrics*. Bandırma, Balıkesir.
- Pilbeam, K. (2018). *Finance and Financial Markets* (4 b.). Londra: Palgrave.
- Prat, B. (2023). *Financial Communication: Framework and Practices*. Paris: Cliff Investor Relations.
- Q4. (2017). *Investor Relations Website Best Practices*. Chiago: Q4.
- Roberts, W. C. (1997). *Text Analysis for The Social Sciences* (14 b.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers Mahway.
- Rosenbaum, E. F. (2000). What is a Market? On the Methodology of a Contested Concept. *Review of Social Economy*(58), 455-482.

- Rossi, F. (2019). Building Trust in Artificial Intelligence. *Journal of International Affairs*, 72(1), 127-134.
- Ryan, T., ve Jacobs, C. (2005). *Using Investor Relations to Maximize Equity Valuation*. John Wiley ve Sons.
- Sarıçam, B. (2021). İnternet Tabanlı Yatırımcı İlişkileri İle Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişki: Bist İmalat Sektöründe Bir Uygulama. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yüksek Lisans Tezi)
- Schoenmaker, D., ve Schramade, W. (2019). *Financing the Transition to a Low Carbon*.
- Schoenmaker, D., ve Schramade, W. (2023). *Corporate Finance for Long-Term Value*. Rotterdam: Rotterdam School of Management.
- Six, G. (2023). *Investor Relations Handbook*. The Swiss Stock Exchange.
- Şen, A. (2015). Asimetrik Bilgi - Finansal Kriz İlişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(14).
- Tadawul. (2018). *Investor Relations Best Practice Toolkit*. Saudi Stock Exchange.
- Temizel, F. (2005). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Hisse Senedi Fiyatlarının Gün İçi Yapıları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Temizel, F., ve Bayçelebi, B. E. (2016). Yatırımcı İlişkileri Yönetimi İçeriği İle TOPSİS Performans Sıralaması Arasındaki İlişkinin Analizi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3), s. 98-106.
- Temizel, F., ve Çoşkun, İ. O. (2010). Finansal Piyasalar İle Etkin Bir İletişim Ve Geliştirilmiş Şeffaflık Aracı Olarak Yatırımcı İlişkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), s. 81-102.
- Temizel, F., ve Kostakoğlu, S. F. (2016, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi). Web Tabanlı Yatırımcı İlişkileri Yönetimi Uygulamaları Borsa İstanbul da İşlem Gören Madencilik Sektörü Şirketlerine Yönelik Bir Analiz. 16(4), s. 161-170.
- Temizel, F., ve Lafdal, S. (2017). Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının Web Sitelerindeki Yatırımcı İlişkileri İçeriklerinin Analiz Edilmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), s. 141-152.

- Temizel, F., Esen, E., ve Ulucan, C. (2017). Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksindeki Şirketlerin Web Tabanlı Yatırımcı İlişkileri Yönetimi Etkinliklerinin Borsa İstanbul 100 Endeksindeki Şirketler Arasındaki Konumu. *Business and Management Studies: An International Journal*, 5(3), s. 605-626.
- Temizel, F., Sarıkaya, M., ve Bayram, F. (2010). Yatırımcı İlişkileri Yönetiminde İletişim Ve Bilgi Teknolojilerinin Rolü: İMKB 50 Endeksi Uygulaması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(2).
- Tobin, J. (1999). Financial Globalization. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 143(2), s. 161-167.
- Tuna, M., ve Akbaş Tuna, A. (2007). *Kurumsal Kimlik Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tüyd. (2020). *Beyaz Kitap: İnternet Sitesi*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.
- Tüyd. (2022). *Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.
- Tüyd. (2022). *Yatırımcı Sunumları*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.
- Tüyd. (2022). *Yatırımcı Toplantıları*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.
- Tüyd. (2023). *Yatırımcı İlişkileri Nedir*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.
- Uzgur, B. (2019). *Belirsizlik Ortamında Etkin İletişim ve Beklenti Yönetimi*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.
- Valentine, D. R. (2015). *Online Marketing to Investors: How to Develop Effective Investor Relations*. Business Expert Press.
- White, C., ve Raman, N. (1999). The World Wide Web as a Public Relations Medium: The Use of Research, Planning and Evaluation in Web Site Development. *Public Relations Review*, 405-419.
- Yağcı, A. S. (2023). *Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi'nin Değişen ve Gelişen Rolü ve Yönetim Kuruluyla İlişkisi*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.

Yetkin, S., Meriç, E., ve Temizel, F. (2019). İlaç Endüstrisinde Yatırımcı İlişkileri Yönetimi Uygulamalarını Değerlendirilmesi. *Uluslararası Marmara Fen ve Sosyal Bilimler Kongresi*.

Yıldırım, İ. (2019). Asimetrik Bilgi: Finansal Piyasalardan Sonra Siyaset ve Bürokraside Durumu, Sakıncıları ve Tedbirler. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(55), 217-230.

Yücel, M. (2024). *Improve AI with IR: A Guide for Game Changers*. İstanbul: Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği.

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://citigatedewerogerson.com/> (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

<https://kpmg.com/uk/en/home.html> (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

<https://irsociety.org.uk/> (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

<https://meira.me/> (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

<https://nevir.nl/> (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

<https://spk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.3i.com/investor-relations/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.akbankinvestorrelations.com/tr/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.alarko.com.tr/yatirimci-iliskileri/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.angloamerican.com/investors (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.antofagasta.co.uk/investors/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.arcelikglobal.com/tr/sirket/yatirimci-iliskileri/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.aselsan.com/tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.ashtead-group.com/investors/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.astoras.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.astrazeneca.com/investor-relations.html (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.bat.com/DO52ADAA.html (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.bim.com.tr/Categories/105/yatirimci-iliskileri.aspx (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.bp.com/en/global/corporate/investors.html (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.capitalmarketsboard.com/ (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.compass-group.com/en/investors.html (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.db.com/ (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.diageo.com/en/investors (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.dirk.org (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.emlakkonut.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.enka.com/tr/yatirimci-iliskileri/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.erdemir.com.tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.experianplc.com/investors/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.ey.com/en_uk (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.flutter.com/investors/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.fordotosan.com.tr/tr/yatirimcilar (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.getirwin.com (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.garantibbva.com.tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.glencore.com/investors (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.gsk.com/en-gb/investors/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.gubretas.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.haleon.com/investors (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.hektas.com.tr/yatirimci-iliskileri/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.hkira.com/en (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.home.barclays/investor-relations/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.hsbc.com/investors (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.institutionalinvestor.com (Erişim Tarihi: 10.04.2024)

www.investors.baesystems.com/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.investors.natwestgroup.com/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.investor.turkishairlines.com/tr (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.investors.vodafone.com/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.irmagazine.com (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.kap.org.tr (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.kardemir.com/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.koc.com.tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.kontrolmatik.com/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.kozaaltin.com.tr/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.lloydsbankinggroup.com/investors.html (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.londonstockexchange.com (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.nationalgrid.com/investors (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.netfed.de/ir-benchmark (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.niri.org/ (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.odas.com.tr/yatirimci-anasayfa (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.oyakcimento.com/tr/yatirimci-kosesi (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.pegasusyatirimciiliskileri.com/tr (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.petkim.com.tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.prudentialplc.com/en/investors (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.pwc.co.uk (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.reckitt.com/investors/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.relx.com/investors/investor-overview (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.riotinto.com/en/invest (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.rolls-royce.com/investors.aspx (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.sasa.com.tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.saudiexchange.sa (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.shell.com/investors.html (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.six-group.com/en/home.html (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.sse.com/investors/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.sisecam.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.tescopl.com/investors (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.tofas.com.tr (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.turkcell.com.tr/tr/hakkimizda/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.tupras.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.tuyid.org (Erişim Tarihi: 10.01.2024)

www.unilever.com/investors/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.yapikrediinvestorrelations.com/tr/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)

www.yatirimciiliskileri.sabanci.com/tr/ (Erişim Tarihi: 11.01.2024)



EKLER

EK 1:

İNTERNET SİTESİ İÇERİĞİ SORULARI

1) Şirketin yatırımcı ilişkilerine ait ayrı bir websitesi bulunuyor mu?
2) Şirketin websitesinin farklı bir dilde hazırlanmış versiyonu bulunuyor mu?
3) Şirketin özet tanıtımı bulunuyor mu?
4) Şirketin ticaret sicil ünvanı bulunuyor mu?
5) Şirketin sermaye miktarı bulunuyor mu? (Taahhüt edilen ve ödenen tutar)
6) Şirketin ortaklık yapısına yer bulunuyor mu? %5'ten yüksek paya sahip gerçek kişi pay sahiplerinin isimleri, pay miktarları ve hangi imtiyaza sahip oldukları belirtilmiş mi?
7) Yönetim kurulu üyelerine yer bulunuyor mu? Yönetim Kurulu Başkanı ve üyelerinin isimleri bulunuyor mu?
8) Yönetim Kurulu üyelerinin özgeçmişi bulunuyor mu?
9) Şirketin esas sözleşmesi bulunuyor mu?
10) Genel Kurul'un gündemi bulunuyor mu?
11) Genel Kurul Bilgilendirme dökümanı bulunuyor mu?
12) Genel Kurul iç yönergesi bulunuyor mu?
13) Genel Kurul toplantı tutanakları bulunuyor mu?
14) Geri pay alımına yönelik kararlar bulunuyor mu?
15) Halka arz edilen ortaklık, payların işlem görmesinden sonraki iki yıl boyunca finansal tabloların kamuya açıklanmasına mütakip on iş günü içerisinde, halka arz fiyatının belirlenmesinde esas alınan varsayımların gerçekleşip gerçekleşmediği, gerçekleşmediyse nedeni hakkında değerlendirmeleri içeren bir rapor hazırlayarak yer verilmiş mi ?
16) Bağımsız denetçiye ait iletişim bilgileri ve tescil edilmiş şube bilgisi bulunuyor mu?
17) Son 5 yıla ait finansal tablolar bulunuyor mu?
18) Son 5 yıla ait faaliyet raporları bulunuyor mu?
19) Son 5 yıla ait ara faaliyet raporları bulunuyor mu?
20) Kuruluşlar tarafından verilen kredi notları internet sitesinde yer alıyor mu?
21) Şirket Birleşmesi var ise buna ait sözleşme ve rapor bulunuyor mu?
22) Bölünme var ise buna ait sözleşme, planı ve raporu bulunuyor mu?
23) Kurumsal Yönetim Uyum Raporu bulunuyor mu?
24) Bilgilendirme Politikası bulunuyor mu?
25) Kar Dağıtım Politikası bulunuyor mu?
26) Ücretlendirme Politikası bulunuyor mu?
27) Bağış Politikası bulunuyor mu?
28) Etik kuralları bulunuyor mu?
29) Komiteler hakkında bilgi veriliyor mu?
30) Komitelerin çalışma esaslarına ilişkin bilgi bulunuyor mu? (Komite üyelerine ait bilgiler vs.)
31) Hisseye ait ISIN, Borsa kodu vs. gibi bilgiler bulunuyor mu?
32) Hisse grupları bulunuyor mu?
33) Temettü ödeme tarihçesi bulunuyor mu? Temettü ödenmeyecekse buna ait rapor/belge bulunuyor mu?
34) Yatırımcı ilişkilerinin iletişim bilgileri bulunuyor mu?
35) Özel Durum açıklamaları bağımsız olarak yer alıyor mu?
36) Analist Listesi var mı?
37) Şirkete ait organizasyon şeması var mı?
38) Faaliyet raporları var mı?
39) Webcast & podcast erişimi var mı?
40) Bütün verilere üye olmadan ve şifresiz şekilde ulaşabiliyor mu?

EK 1:

İNTERNET SİTESİ İÇERİĞİ SORULARI (DEVAM)

41) Finansal sonuç açıklama için takvim var mı?
42) Roadshow, toplantı vs için takvim var mı?
43) Şirket hakkında sıkça sorulan sorular var mı?
44) Yönetim kurulu ya da İcra Kurulu ile iletişim bilgisi var mı?
45) Çekinçe (Disclaimer) bulunuyor mu?
46) Yatırımcı Kiti bulunuyor mu?
47) Hisse performans grafiği bulunuyor mu?
48) Güncel hisse fiyatına ulaşıyor mu?
49) Finansal Raporlar bulunuyor mu?
50) Finansal rasyolar bulunuyor mu?
51) Özet olarak operasyonel göstergeler bulunuyor mu?
52) Özet olarak ekonomik gösterge ya da ekonomiksel raporlar bulunuyor mu?
53) Şirketin tarihçesi yer alıyor mu?
54) Sağladığı ürün ve hizmetlere yer verilmiş mi?
55) Faaliyet gösterdiği ülkelerin konumları ya da listesi bulunuyor mu?
56) Faaliyet gösterdiği sektör ile ilgili bilgiler / raporlar yer alıyor mu?
57) Şirket ile ilgili yatırımcı ilişkileri mobil uygulaması var mı?
58) Yatırımcılar şirket ile ilgili verilere kolay ulaşabiliyor mu?
59) Bağlantı (Faydalı Linkler) var mı? (SPK, MKK, LSEG, IR Magazine...)
60) Site Haritası var mı?
61) Akıllı telefonlardan ya da tableten açılabilir mi?
62) Kurumsal Sosyal Sorumluluk konularına yer verilmiş mi?
63) Şirket stratejisini paylaşmış mı?
64) 'Guidance' (geleceğe yönelik beklentiler) sayfası bulunuyor mu?
65) Makroekonomik göstergeler bulunuyor mu?
66) Yatırımlar ile ilgili ayrı bir sekme var mı?
67) Sürdürülebilirlik ile ilgili ayrı bir sayfa/sekme var mı?
68) Sürdürülebilirlik ile ilgili yapılan çalışmalar anlatılmış mı?
69) Sürdürülebilirlik ile ilgili gelecek yıllardaki hedefler anlatılmış mı?
70) Sürdürülebilirlik ile ilgili yapılan projeler ya da kapsamında olunan programlar yer alıyor mu?
71) İnternet sitesi için yapay zeka yardımı ile asistan vs. gibi araçlar var mı?
72) Temel Risk Unsurlarına internet sitesinde ayrı bir bölümde yer verilmiş mi?
73) İnternet sitesinde İçeriden öğrenenler listesi yer alıyor mu?
74) Borçlanma araçları yatırımcıları için ayrı bir sekme/sayfa bulunuyor mu? (Resmi evraklar, fonlama strateji, süre vs.)
75) Hisse hesaplama makinesi aracı bulunuyor mu? (Getiri, temettü geri alımı vs.)

EK 2:

FİNANSAL SONUÇ AÇIKLAMA SORULARI

1) Raporun ilgili olduğu hesap dönemi, şirketin ticaret ünvanı ve internet sitesi adresine yer bulunuyor mu?
2) Çeyrek bazdaki finansal raporlar KAP platformu linki haricinden şirketin websitesinden ulaşılabilir mi?
3) En son dönem finansal rapora ulaşılabilir mi?
4) Son beş yıllık ya da halka arz tarihinden itibaren bütün finansal raporlar bulunuyor mu?
5) Çeyrek bazda finansal raporu destekleyen faaliyet raporu yatırımcı sunumu vs KAP linki vermeden bulunuyor mu?
6) Çeyrek faaliyet raporu, basın bülteni ya da yatırımcı sunumunda yönetici özeti var mı?
7) Çeyrek faaliyet raporu, basın bülteni ya da yatırımcı sunumunda özet tablolar var mı?
8) Çeyrek faaliyet raporu, basın bülteni ya da yatırımcı sunumunda grafikler var mı?
9) Çeyrek faaliyet raporu, sunum ya da basın bülteninde makroekonomik göstergelere yer verilmiş mi? (enflasyon vs.)
10) Yönetimin çeyreklik sonuçlar hakkında yorum ve analizleri var mı? (Çeyrek faaliyet raporları, sunum ve basın bültenleri dahil)
11) Dönem veya yılbaşından bu yana önemli operasyonel gelişmelerine değinilmiş mi?
12) Dönem (veya yılbaşından bu yana) önemli finansal gelişmelerine (ana bilanço / gelir tablosu kalemleri, rasyolar vb.) yer bulunuyor mu?
13) Şirketin faaliyet gösterdiği sektördeki dinamikler ile ilgili çeyrek dönemler için bilgi bulunuyor mu?
14) Pazar payı verisi bulunuyor mu? (en son dönem ve önceki dönemlerle karşılaştırmalı olarak)
15) Operasyonel bilgilere (finansal olmayan göstergelere) dikkat çekmek için tablo ve grafikler kullanılmış mı? (Finansal kuruluşlar için işlem hacmi, üretilen prim tutarı, ortalama faiz veya komisyon oranları vb.)
16) Çeyreklik dönem bazında bir önceki yılın çeyreği ile karşılaştırılmalı olarak şirketin gelirleri (hasılat) gösterilmiş mi? (Tablo vs.)
17) Şirketin Hasılatında oluşan değişikliklerin nedenleri hakkında bilgi bulunuyor mu?
18) Hasılat gelir kırılımı var mı?
19) Farklı segment veya ülkelere göre finansal bilgiler bulunuyor mu? (Mağaza, tesis, şirket, iştirak vs.)
20) Farklı segment veya ülkelere göre operasyonel bilgiler bulunuyor mu? (Mağaza, tesis, şirket, iştirak vs.)
21) Çeyreklik dönemde bir önceki yılın çeyreklik dönemine göre şirketin gideri veya maliyet yapısı karşılaştırılmalı olarak bulunuyor mu?
22) Giderlerin kırılımı bulunuyor mu?
23) Giderlerin nedenleri hakkında bilgi bulunuyor mu?
24) Şirket faaliyetleri hakkında yatırımcıya fikir verecek brüt kar, FAVÖK, net kar gibi kalemler karşılaştırılmalı olarak bulunuyor mu?
25) Şirket faaliyetleri hakkında yatırımcıya fikir verecek brüt kar, FAVÖK, net kar gibi kalemlerdeki değişimler hakkında bilgi bulunuyor mu?
26) Şirket faaliyetleri hakkında yatırımcıya fikir verecek brüt kar, FAVÖK, net kar gibi kalemler ile alakalı temel rasyolar bulunuyor mu?
27) Satış gelirlerinin döviz cinsinden kırılımı bulunuyor mu?
28) Şirket giderlerinin döviz cinsinden kırılımı bulunuyor mu?
29) Farklı bir para birimi bazında borç yapısı bilgisi bulunuyor mu?
30) Borçların vadesine göre dağılım yapılmış mı?
31) Ortalama borç oranı (cost of debt) bulunuyor mu?
32) Özsermaye ve borçluluk ile ilgili temel rasyolar bulunuyor mu?
33) Geçmiş yıllarla karşılaştırmalı yatırım tutarı bulunuyor mu?
34) Geleceğe yönelik finansal hedefler (Guidance) bulunuyor mu?

EK 2:

FİNANSAL SONUÇ AÇIKLAMA SORULARI (DEVAM)

35) Geleceğe yönelik hedefler ile ilgili ayrı slayt/sayfa bulunuyor mu?
36) Her çeyrek açıklanmış beklentiler (guidance) ile ilgili bilgi veriliyor mu?
37) Beklentilerin revize edilmesi durumunda nedenine dair açıklama KAP linki olmadan açıklanıyor mu?
38) Çeyrek sonuçlara ilişkin webcast vs yapılıyor mu?
39) Çeyreklik yapılan yayınlara şifresiz vs ulaşılabilir mi?
40) Webcast&podcast yayınlarının tarihsel olarak hepsine şifresiz olarak ulaşılabilir mi?
41) Webcast&podcast sırasında kullanılan sunum kamuoyu ile paylaşılmış mı?
42) Webcast&podcast'lere ait transkript yayınlanmış mı?
43) Finansal sonuçlar özet gösterim yerine ayrı ayrı ve detaylı olarak yayınlanmış mı?
44) Son beş yıllık ya da halka arz tarihinden itibaren yayınlanan finansallar kapsamlı olarak tek bir dosyada yayınlanmış mı?
45) Son beş yıllık ya da halka arz tarihinden itibaren çeyreklik olarak operasyonel KPI'lar tek bir dosyada yayınlanmış mı?
46) Temettü konusunda ayrıntı bulunuyor mu? Dağıtmama nedeni, geçmiş dağıtım miktarı, temettü verimi vs.
47) Şirketin eğer varsa iştirakleri belirtilmiş mi?
48) Genel şirket profili hakkında bilgi bulunuyor mu?
49) Ara dönemi ilgilendirilen olayların finansal tablolara etkisi belirtilmiş mi?
50) İlgili dönemdeki ortalama ve dönem sonu döviz kurları ile ilgili bilgi bulunuyor mu? (TL/USD, TL/Euro, USD/EURO, EURO/GBP, DOLAR/GBP vs.)
51) Çeyreklik faaliyet raporunda ya da sunumda ortaklık Yapısı anlaşılır şekilde gösterilmiş mi?
52) Yatırımcı sunumunda Yatırımcı ilişkileri hakkında çekince (disclaimer) bulunuyor mu?
53) Yatırımcı sunumunda Yatırımcı ilişkileri iletişim adresleri bulunuyor mu?
54) Yatırımcı Sunumunda Ara Dönemi ilgilendiren olaylar verilmiş mi?
55) Finansal Sonuçlar Excel formatında verilmiş mi?
56) Finansal sonuçlar farklı bir para bazında ayrı bir dosya olarak verilmiş mi?
57) En son döneme ait (çeyreklik ya da yıllık) yatırımcı sunumuna KAP gibi platformların linki verilmeden ulaşılabilir mi?
58) Yatırımcı sunumu ya da yatırımcı özetine websitesi üzerinden herhangi bir dosya (PDF,Excel vs.) linki verilmeden dijital olarak ulaşılabilir mi?

EK 3:

FAALİYET RAPORU SORULARI

1) İnternet sitesinin adresi bulunuyor mu?
2) İmzalı olarak sorumluluk beyanları bulunuyor mu?
3) Glossary (faaliyetler ile ilgili teknik sözlük) bulunuyor mu?
4) Faaliyet raporuna tablet ya da akıllı telefondan ulaşılabilir mi?
5) Şirketin faaliyet gösterdiği sektör hakkında genel bir bilgi var mı?
6) Şirket profili ve ana faaliyetlerine ilişkin özet bilgiler verilmiş mi?
7) Şirket faaliyetlerinin sonuçları hakkında fikir verecek hususlara ilişkin temel rasyolar, bilgiler ((geçmiş yıllarla karşılaştırmalı olarak şirketin yıl içindeki satışları, verimliliği, gelir oluşturma kapasitesi, kârlılığı, borç ödeme kapasitesi ve borç/öz kaynak oranı, yatırımlar, fiyatlandırma ve satış koşulları vb.) bulunuyor mu?
8) Varsa iştiraklere ilişkin bilgiye yer verilmiş mi?
9) Şirketin performansını ve stratejisini etkileyen ana etmenler belirtilmiş mi?
10) Şirketin ileriye dönük hedefleri veya şirketin gelişimi hakkında öngörüler var mı?
11) Personel sayısında meydana gelen değişiklikler belirtilmiş mi?
12) Çalışanların sosyal hakları, varsa aldıkları mesleki eğitimler belirtilmiş mi?
13) Şirket faaliyetlerine ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri hakkında bilgiye yer verilmiş mi?
14) Şirketin yıl içinde yapmış olduğu bağış ve yardımlar ile sosyal sorumluluk projeleri çerçevesinde yapılan harcamalara ilişkin bilgiler bulunuyor mu?
15) Hesap dönemi içerisindeki sermaye yapısına ilişkin bilgiler bulunuyor mu?
16) Şirketin kar dağıtım politikasına yer verilmiş mi?
17) Kar dağıtım politikasının kamuya açıklanıp açıklanmadığı bilgisi faaliyet raporunda bulunuyor mu?
18) Şirketin kar dağıtım dağıtmadığı, dağıtmadıysa gerekçesi belirtilmiş mi?
19) Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Beyanı bulunuyor mu?
20) Yatırımcı İlişkileri Birimi yöneticisi ve ekibinin ismi soy ismi, iletişim bilgileri ve sahip olduğu lisans belgeleri bulunuyor mu?
21) Yatırımcı İlişkileri Birimi'nin dönem içinde yaptığı faaliyetleri hakkında bilgi var mı?
22) Genel kurul toplantılarına katılım oranı, toplantılara davetin ne şekilde yapıldığı, genel kurul öncesi ne tür bilgilerin hangi yollarla pay sahiplerine duyurulduğuna, genel kurulda pay sahiplerinin soru sorma haklarını kullanıp kullanmadığına kullanılmış ise, bu sorulara cevap verilip verilemediğine, genel kurul toplantısında cevaplandırılmaması sebebiyle Pay Sahipleri ile İlişkiler Birimi tarafından yazılı olarak cevaplanan sorular ve cevaplara, pay sahipleri tarafından gündem önerisi verilip verilmediğine dair bilgi bulunuyor mu?
23) Oy hakkında imtiyaz olup olmadığının, varsa içeriğinin ve ne şekilde kullanıldığının belirtilmesi; şirketle hâkimiyet ilişkisini de getirmesi kaydıyla, karşılıklı iştirak içinde olan şirketlerin genel kurulda oy kullanıp kullanmadığının ve azlığın yönetimde temsil edilip edilmediğine dair bilgi bulunuyor mu?
24) Şirket esas sözleşmesinde pay devrini kısıtlayan hükümler olup olmadığı, varsa bunlara ilişkin bilgi yer alıyor mu?
25) Şirketin bilgilendirme politikası bulunup bulunmadığında, söz konusu politikanın hangi yolla kamuya açıklandığına, bilgilendirme politikasının yürütülmesi ile sorumlu olan kişilerin isimleri ve görevlerine ilişkin bilgi bulunuyor mu?
26) Hem şirketin internet sitesinin adresi hem de varsa eğer yatırımcı ilişkilerinin internet adresi bulunuyor mu?
27) Şirket ile ilgili menfaat sahiplerinin kendilerini ilgilendiren hususlarda bilgilendirilip bilgilendirilmedikleri, bilgilendiriliyorsa yöntemleri (toplantılara katılım vb.), bilgilendirilmiyorsa nedenleri hakkında açıklama bulunuyor mu?

EK 3:

FAALİYET RAPORU SORULARI (DEVAM)

28) Şirketin insan kaynakları politikasının ana esaslarına; çalışanlar ile ilişkileri yürütmek üzere temsilci atandı ise adı, görevleri ve yetkilerine, atanmadı ise nedenlerine; çalışanlardan özellikle ayrımcılık konusunda gelen şikâyetler olup olmadığı, oldu ise çözümü konusunda neler yapıldığı konusundaki açıklamalara, şirket çalışanlarının görev tanımları ve dağılımı ile performans ve ödüllendirme kriterlerinin çalışanlara duyurulup duyurulmadığı hususunda bilgilendirmeye yer veriliyor mu?
29) Şirket etik kurallarının internet sitesi vasıtasıyla kamuya açıklanıp açıklanmadığı hususu hakkında bilgi yer alıyor mu?
30) Aday gösterme komitesine kaç bağımsız üye adayı gösterildiği ve adayların bağımsızlık kriterlerini taşıyıp taşımadığına ilişkin raporun tarihi ve yönetim kuruluna ne zaman sunulduğu açıklandı mı?
31) Yönetim kurulunca risk yönetim ve iç kontrol sistemleri oluşturulup oluşturulmadığı, oluşturulmuşsa sistemin işleyişi, etkinliğinin gözetimi ve etkinliği hakkında bilgiye yer verilmiş mi?
32) Yönetim kurulu tarafından şirketin stratejik hedeflerinin oluşturulması, onaylanması ve uygulanması süreci hakkındaki bilgi ile yönetim kurulunun şirketin hedeflerine ulaşma derecesini, faaliyetlerini ve geçmiş performansını gözden geçirip geçirmediği, geçirmekteyse hangi sıklıkta geçirdiği ve nasıl bir yöntem izlendiği hakkında bilgi verilmiş mi?
33) Denetim Komitesi etkinliğine ilişkin yönetim kurulunun değerlendirmesine yer verilmiş mi?
34) Denetim Komitesi komite üyeleri, toplanma sıklığı, faaliyetleri ile ilgili var mı?
35) Kurumsal Yönetim Komitesi etkinliğine ilişkin yönetim kurulunun değerlendirmesine yer verilmiş mi?
36) Kurumsal Yönetim Komitesi komite üyeleri, toplanma sıklığı, yürütülen faaliyetleri ile ilgili bilgilere yer verilmiş mi?
37) Dönem içinde yönetim kurulunda görev alan kişilerin ad ve soyadları var mı?
38) Dönem içinde yönetim kurulunda görev alan kişileri görev başlangıç ve varsa bitiş tarihlerini de içerecek şekilde görev süreleri belirtilmiş mi?
39) Yönetim Kurulu üyelerinin mesleki tecrübesine yer verilmiş mi?
40) Yönetim kurulu üyeleri ve yöneticilerin şirket dışında yürüttükleri görevler hakkında bilgiye yer verilmiş mi?
41) Yönetim kurulu üyelerinin bağımsızlığına ilişkin imzalı beyanlarına yer verilmiş mi?
42) Yönetim kurulunun yıl içerisindeki toplantı sayısına ve yönetim kurulu üyelerinin söz konusu toplantılara katılım durumuna yer verilmiş mi?
43) Risk Yönetim Komitesi etkinliğine ilişkin yönetim kurulunun değerlendirmesine yer verilmiş mi?
44) Risk Yönetim Komitesi komite üyeleri, toplanma sıklığı, yürütülen faaliyetleri ile ilgili bilgilere yer verilmiş mi?
45) Şirketin öngörülen risklere karşı uygulayacağı risk yönetimi politikasına ilişkin bilgiler var mı?
46) Şirketin gelişmesine ve karşılaşması muhtemel risklere de açıkça işaret olunmuş mu? Yönetim kurulunun değerlendirmesi var mı?
47) Şirket aleyhine açılan ve şirketin mali durumunu ve faaliyetlerini etkileyebilecek nitelikteki davalar ve olası sonuçları hakkında bilgiler sunulmuş mu?
48) Şirketin iç kontrol sistemi ve iç denetim faaliyetleri ile ilgili yönetim organının görüşü var mı?
49) Şirketin iç kontrol sistemi ve iç denetim faaliyetleri hakkında bilgiler var mı?
50) Üst Yönetimde bulunanların Adı Soyadı ve Mesleki Tecrübesi var mı?

EK 3:**FAALİYET RAPORU SORULARI (DEVAM)**

51) Yönetim kurulu üyelerine sağlanan huzur hakkı, ücret, prim, ikramiye, kâr payı gibi mali menfaatlerin toplam tutarları var mı?
52) Üst düzey yöneticilere sağlanan huzur hakkı, ücret, prim, ikramiye, kâr payı gibi mali menfaatlerin toplam tutarları var mı?
53) Dijital - İnteraktif faaliyet raporu var mı?
54) Raporun internet sitesinde indirerek bir çıktısını almak mümkün mü?
55) Hisse senedinin yıllık performansına ilişkin bilgi verilmiş mi?
56) Raporun içinde düz yazının yanında okunurluğu kolaylaştırıcı görsel, tablo veya vurgular kullanılmış mı?
57) Sürdürülebilirlik konularına değinilmiş mi?
58) Rapor içinde aramayı kolaylaştırıcı seperator, renk ayrımı var mı?
59) İçindekiler kullanılmış mı?
60) Konsept Tasarım var mı? (yıllık faaliyet raporunda)
61) Bağımsız denetim raporu, faaliyet raporuna eklenmiş mi?
62) Kredi Derece Notları'na yer verilmiş mi?
Organizasyon yapısına yer verilmiş mi?

EK 4:

BIST30 İNTERNET SİTESİ İÇERİĞİ SKORLARI

SASA	YKBNK	TOASO	PGSUS	PETKM	OYAKC	ODAS	KRDMD	KOZAL	KONTR	HEKTS	GUFR	GARAN	FROTO	EREGL	ENKAI	EKGYO	ASTOR	ARCLK	ALARK	SISE	ASELS	TCELL	SAHOL	ISCTR	KCHOL	AKBNK	BIMAS	TUPRS	THYAO	SORU
1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	
8	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
12	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
14	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
15	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	
16	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
20	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	
21	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	
22	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
31	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	
32	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
33	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	
34	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	

EK 4:**BIST30 İNTERNET SİTESİ İÇERİĞİ SKORLARI (DEVAM)**

35	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	
36	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	
37	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	
40	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	
42	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	
43	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	
44	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0
46	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
47	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
48	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0
51	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0
52	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
56	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0
57	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
58	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1
60	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0
63	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
64	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
65	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
66	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
71	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
73	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
74	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0

EK 4:

BIST30 İNTERNET SİTESİ İÇERİĞİ SKORLARI (DEVAM)

75	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0
Toplam	58	62	37	58	63	58	61	55	51	57	53	59	41	47	47	57	59	63	49	45	48	37	51	41	45	48	59	58	60	41



EK 5:**FTSE30 İNTERNET SİTESİ İÇERİĞİ SKORLARI**

SSE	ANTO	VOD	TSCO	NWG	PRU	III	AAL	AHT	BARC	LLOY	FLTR	RR.	HLN	EXPN	CPG	BA.	NG.	RKT	GLEN	BATS	RIO	REL	DGE	GSK	BP	ULVR	HSBA	AZN	SHEL	SORU
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
14	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14
15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
21	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	21
22	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32
33	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	33
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	34
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35
36	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	36

EK 5:

FTSE30 İNTERNET SİTESİ İÇERİĞİ SKORLARI (DEVAM)[illegible]

EK 5:

FTSE30 İNTERNET SİTESİ İÇERİĞİ SKORLARI (DEVAM)

75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
Toplam	63	61	61	60	64	61	58	61	60	64	62	60	59	59	62	60	59	59	58	52	64	58	61	62	63	57	63	66	55	57



EK 6:

BIST30 FİNANSAL SONUÇ AÇIKLAMA SKORLARI

	SASA	YKBNK	TOASO	PGSUS	PETKM	OYAKC	ODAS	KRDMD	KOZAL	KONTR	HEKTS	GUBFR	GARAN	PROTO	EREGL	ENKAI	EKGYO	ASTOR	ARCLK	ALARK	SISE	ASELS	TCELL	SAHOL	ISCTR	KCHOL	AKBNK	BIMAS	TUPRS	THYAO	SORU
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
5	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
8	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
9	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	
10	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
13	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
14	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
17	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
21	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
22	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
25	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
27	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
28	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
29	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
30	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
31	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
33	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
34	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
35	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
36	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

EK 6:**BIST30 FİNANSAL SONUÇ AÇIKLAMA SKORLARI (DEVAM)**

37	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	
39	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	
40	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	
41	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	
42	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
43	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	
44	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
46	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
49	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
50	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1		
51	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
53	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0		
54	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
55	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
56	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	
58	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Toplam	46	43	30	48	46	48	40	41	33	44	39	44	33	30	35	36	45	47	25	26	36	32	38	28	31	33	37	47	48	40		

EK 7:

FTSE30 FİNANSAL SONUÇ AÇIKLAMA SKORLARI

[illegible]

EK 7:**FTSE30 FİNANSAL SONUÇ AÇIKLAMA SKORLARI (DEVAM)**

37	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
40	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1
56	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Toplam	50	47	48	50	48	55	50	43	47	45	46	44	42	45	56	43	46	41	43	48	48	46	48	41	48	49	43	50	41	48

EK 8:**BIST30 FAALİYET RAPORU SKORLARI**

	SASA	YKBNK	TOASO	PGSUS	PETKM	OYAKC	ODAS	KRDMD	KOZAL	KONTR	HEKTS	GUBFR	GARAN	FROTO	EREGL	ENKAI	EKGYO	ASTOR	ARCLK	ALARK	SISE	ASELS	TCELL	SAHOL	ISCTR	KCHOL	AKBNK	BIMAS	TUPRS	THYAO	SORU
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0
3	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
20	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0
21	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1

EK 8:

BIST30 FAALİYET RAPORU SKORLARI (DEVAM)

37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	
41	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
46	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
50	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	
51	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	
52	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	
53	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
55	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	
62	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Toplam	58	55	56	55	56	56	53	56	56	58	53	57	50	49	56	56	57	55	51	58	59	46	52	53	44	54	53	60	58	51

EK 9:

FTSE30 FAALİYET RAPORU SKORU

[illegible]

EK 9:

FTSE30 FAALİYET RAPORU SKORU (DEVAM)

[illegible]

EK 10:**BIST30 ŞİRKETLERİ TOPLAM SKORLAR**

Şirket İsmi	İnternet Sitesi Skoru	Finansal Sonuç Skoru	Faaliyet Raporu Skoru	Toplam Skor
YKBNK	60	48	58	166
KCHOL	63	46	56	165
GARAN	63	47	55	165
TOASO	58	47	60	165
THYAO	58	46	58	162
ISCTR	58	48	56	162
AKBNK	58	48	55	161
FROTO	59	45	57	161
ARCLK	59	44	57	160
TUPRS	62	43	55	160
SISE	57	44	58	159
SAHOL	61	40	53	154
TCELL	55	41	56	152
EREGL	57	36	56	149
PGSUS	59	37	53	149
ALARK	53	39	53	145
KONTR	48	36	59	143
KRDMD	51	38	52	141
ASELS	51	33	56	140
ENKAI	47	35	56	138
PETKM	48	33	54	135
SASA	41	40	51	132
HEKTS	45	26	58	129
EKGYO	47	30	49	126
GUBFR	49	25	51	125
ASTOR	41	33	50	124
BIMAS	37	30	56	123
ODAS	41	28	53	122
OYAKC	45	31	44	120
KOZAL	37	32	46	115

EK 11:**FTSE30 ŞİRKETLERİ TOPLAM SKORLAR**

Şirket İsmi	İnternet Sitesi Skoru	Finansal Sonuç Skoru	Faaliyet Raporu Skoru	Toplam Skor
VOD	66	50	59	175
CPG	62	56	55	173
GSK	61	55	56	172
BARC	64	48	59	171
SHEL	63	50	57	170
BP	64	48	58	170
PRU	63	48	59	170
AZN	61	47	60	168
BATS	64	45	56	165
GLEN	62	46	57	165
AAL	61	48	56	165
HSBA	61	48	55	164
ULVR	60	50	54	164
DGE	58	50	56	164
TSCO	63	43	58	164
SSE	57	48	59	164
RIO	60	47	55	162
AHT	58	46	58	162
NWG	57	49	56	162
HLN	59	46	56	161
III	62	41	57	160
REL	61	43	54	158
RKT	60	44	54	158
BA.	59	45	53	157
EXPN	60	43	54	157
FLTR	58	43	56	157
RR.	59	41	56	156
NG.	59	42	54	155
LLOY	52	48	55	155
ANTO	55	41	56	152