



BEYAZ KİTAP

İnternet Sitesi

2015-I

İçindekiler

Önsöz.....	4
1. Kullanıcılar ve Şirketler Açısından İnternet Sitesinin Önemi.....	5
2. Kanuni Bir Yükümlülük Olarak İnternet Sitesi.....	5
3. İnternet Sitesinden Neler Beklenir?.....	6
a. Yatırımcı İlişkileri İnternet Sitesinde Yer Alan Bilgiler	6
b. Kullanıcı Dostu İnternet Siteleri İçin Yapılabilecekler ve İyi Uygulamalardan Bazı Örnekler.....	8

Raporun hazırlanmasını sağlayan Yatırımcı İlişkileri Danışmanı [Banu Uzgur](#)'a teşekkürlerimizi sunarız.

Bu beyaz kitapta yer alan bilgi, yorum ve tavsiyeler yatırım danışmanlığı kapsamında değildir ve sermaye piyasasındaki kararlarınızı destekleyecek yeterli bilgiyi içermeyebilir. Burada yer alan veriler ve bilgilerin tam ve doğru olduğu garanti edilemez; içerik, haber verilmeksizin değiştirilebilir. Tüm veriler, güvenilir olduğuna inanılan kaynaklardan alınmıştır. Bu kaynakların kullanılması nedeni ile ortaya çıkabilecek hatalardan Banu Uzgur ve TÜYİD sorumlu değildir.

Önsöz

İnternet siteleri, potansiyel yatırımcının şirket hakkında yapacağı analizi kolaylaştıracak temel bilgilere, mevcut yatırımcıların şirket hakkındaki gelişmeleri kolayca takip edebilecekleri ve uzun vadeli yatırımcıların ellerinde bulundurdukları hisselerin değeri ve şirketin geleceği hakkında öğrenmek istedikleri diğer tüm bilgilere 7/24 erişim imkânı sunmaktadır. Dolayısıyla, internet siteleri, yatırımcıların karar mekanizmasında ve şirket ile ilgili algılarında önemli bir rol oynamaktadır.

Bu doğrultuda, öncelikle menfaat sahiplerinin ihtiyaçları ve şirketlerin hedefleri iyice anlaşılmalı, içerik, bütün iletişim noktalarında, şirketi temsil eden kişilerin verdiği mesajlar ile tutarlı olmalı, şirketin anlaşılır bir hikâyesi ve bu hikâyenin kullanıcıya aktarılacağı internet sitelerinin altyapı, format ve navigasyonu erişim açısından kullanıcı dostu olup, bilginin kolayca güncellemesine elverişli olmalıdır.

İnternetin sonsuz miktarda bilgiye erişimi mümkün kıldığı günümüzde, eğitici nitelikte değil, ancak yüksek derecede bilgilendirici, özlü, gerçeklere dayanan ve en güncel bilgiye erişimi sağlayan şirketler avantajlı konumda olacaklardır. Bu kapsamda, internet sitelerini interaktif bir iletişim ortamı olarak kullanan yatırımcı ilişkileri birimleri, klasik bir ansiklopedik bilgi sunmaktan ve sadece mevzuatın gerekliliklerini karşılamaktan çok, şirketin yatırım hikâyesini, farklı seviyelerde bilgi sahibi olan yatırımcılar ile en net şekilde paylaştıkları sürece internet siteleri ile fark yaratacaklardır.

1. Kullanıcılar ve Şirketler Açısından İnternet Sitesinin Önemi

İnternet siteleri, şirketlerin müşterileri ve yatırımcılarını, kurumsal gelişmeleri hakkında, uygun maliyette, en kolay şekilde güncelleyebilecekleri bir platformdur. Dolayısıyla, gerekli bilgilerle, güncel tutulduğu durumda, internet siteleri güvenilir bir bilgi kaynağı olmalarının yanı sıra, marka bilinirliği ve saygınlığı açısından da kritik bir rol oynarlar.

Yatırımcı ilişkileri açısından internet sitesinin önemi ise, şirketin, operasyonel faaliyetleri, finansal sonuçları, kurumsal yönetim ve sosyal sorumluluk uygulamaları gibi yatırımcılar açısından önem arz eden bilgilerini, şeffaf bir tutum ile paylaşma istekliliğinin bir göstergesi olmasıdır. Bunun yanı sıra, kapsamlı bir şekilde donatılarak, yatırımcıların şirket hakkında edindikleri bilgi seviyesinin derinliğinin artmasını sağlayan internet siteleri, yatırımcıların karar alma mekanizmasında önemli bir rol oynarlar. Dolayısıyla, yatırımcı ilişkilerinde, internet sitelerini aktif olarak kullanan şirketler, hem zaman, hem de maliyetten tasarruf ederek, yatırımcılar ile iletişimlerini etkin bir şekilde artırabilirler.

2. Kanuni Bir Yükümlülük Olarak İnternet Sitesi

Yatırımcıları bilgilendirecek bir platform olarak internet siteleri Sermaye Piyasaları Kanununun ("SPK") tebliğleri ve Merkezi Kayıt Kuruluşu ("MKK") uygulamalarına tabi olup, şirketlerin internet sitesi oluşturmaları hukuki bir zorunluluktur¹. Şöyle ki 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 1524'üncü maddesinin 1. Fıkrası² sermaye şirketlerini internet sitesi açmak ile ilgili yükümlü kılmış, bu kanuna dayanan 2012/4213 sayılı Bakanlar Kurulu kararı³ internet sitesi açmak ile yükümlü olan denetime tabi sermaye şirketlerini tanımlamış; Sermaye şirketlerinin açacakları internet sitelerine dair yönetmelik⁴ ise Merkezi Veri Tabanı Hizmet Sağlayıcılar ile ilgili yükümlülükler yer vermiştir. Kurumsal Yönetim Tebliği'nin⁵ ekinde yer alan Kurumsal Yönetim İlkelerine göre, Kamuyu Aydınlatma ve Şeffaflık kapsamında, Halka Açık Şirketlerin Kurumsal İnternet Sitelerinde yer verecekleri içerik ile ilgili olarak öneriler şu şekilde özetlenebilir:

- Ortaklığın kurumsal İnternet sitesinde, ilgili mevzuat uyarınca açıklanması zorunlu bilgilerin yanı sıra, ticaret sicili bilgileri, son durum itibarıyla ortaklık ve yönetim yapısı, imtiyazlı paylar hakkında detaylı bilgi, değişikliklerin yayınlandığı Türkiye Ticaret Sicili Gazeteleri'nin tarih ve sayısı ile birlikte ortaklık esas sözleşmesinin son hali, özel durum açıklamaları, finansal raporlar, faaliyet raporları, izahnameler ve diğer kamuyu aydınlatma belgeleri, genel kurul toplantılarının gündemleri, katılanlar cetvelleri ve toplantı tutanakları, vekâleten oy kullanma formu, pay alım teklifi veya vekâlet toplanmasında hazırlanan zorunlu bilgi formları ve benzeri formlar, varsa şirketin kendi paylarının geri alınmasına ilişkin politikası, kâr dağıtım politikası, bilgilendirme politikası, şirket tarafından oluşturulan etik kurallar ve sıkça sorulan sorular başlığı altında, şirkete ulaşan bilgi talepleri ile soru ve şikâyetler ve bunlara verilen cevaplar yer alır. Bu kapsamda, en az son 5 yıllık bilgilere kurumsal İnternet sitesinde yer verilir.

¹ Burada yer verilen mevzuat yükümlülükleri 2014 yıl sonu itibarıyla yürürlükte olan temel mevzuatlara referans vermektedir.

² 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 1524'üncü maddesinin 1. Fıkrası:

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/02/20110214-1-1.htm>

³ 2012/4213 sayılı Bakanlar Kurulu kararı:

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/01/20130123-6.htm>

⁴ Sermaye şirketlerinin açacakları internet sitelerine dair yönetmelik:

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/05/20130531-15.htm>

⁵ SPK Kurumsal Yönetim Tebliği II – 17.2 Kamuyu Aydınlatma ve Şeffaflık başlığı ve ekli Kurumsal Yönetim İlkeleri: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/01/20140103-3.htm>

- Şirketin ortaklık yapısı, dolaylı ve karşılıklı iştirak ilişkilerinden arındırılmak sureti ile %5'ten yüksek paya sahip olan gerçek kişi pay sahiplerinin isimleri, pay miktarı ve oranları ile hangi imtiyaza sahip oldukları gösterilecek şekilde asgari 6 ayda bir güncellenecek şekilde açıklanmalıdır.
- Sermaye piyasası mevzuatı uyarınca kamuya açıklanması gereken, özel durum ve dipnotlar hariç finansal tablo bildirimleri Türkçenin yanı sıra eş anlı olarak İngilizce de Kap'ta açıklanır. İngilizce açıklamalar, açıklamadan yararlanacak kişilerin karar vermelerine yardımcı olacak ölçüde doğru, tam, dolaysız, anlaşılabilir, yeterli ve açıklamanın Türkçesi ile tutarlı olacak şekilde özet olarak hazırlanır.
- İnternet sitesinde yer alan bilgiler, uluslararası yatırımcıların da yararlanması açısından Türkçe ile tamamen aynı içerikte olacak şekilde ayrıca ihtiyaca göre seçilen yabancı dillerde de hazırlanır.

Bunun yanı sıra, SPK Özel Durumlar Tebliği⁶ ve Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği⁷nde de, halka açık şirketlerin internet sitelerinde yer verecekleri bilgilerde dikkat edilecek hususlara yer verilmektedir.

Önemli Bir Hatırlatma

Burada unutulmaması gereken nokta, internet sitelerinde kamu ile paylaşılan bilgilerin, [Kamuyu Aydınlatma Platformu](#) ("KAP") üzerinden kamu ile daha önceden paylaşılan bilgilerden derlenmesidir. Ancak, yatırımcı kararını etkileyebilecek nitelikte sayılan içsel bilgiler, KAP'ta yayınlanmadığı sürece, internet siteleri veya medya haberleri vasıtasıyla duyurulmak suretiyle kamuya mal edilmiş sayılmamaktadır!

3. İnternet Sitesinden Neler Beklenir?

a) Yatırımcı İlişkileri İnternet Sitesinin İçinde Yer Alan Bilgiler

Hissedarlar, analistler ve yatırımcılar internet sitesinde faydalı, zamanlı ve güncel, finansal ve operasyonel bilgiyi bulmayı beklerler.

Yatırımcı ilişkileri alanının, şirketlerin internet sitelerinin giriş sayfalarında listelenen ana başlıklardan biri olarak yer alması, kullanıcıların ilgili içeriğe kolaylıkla erişmesini sağlar. Ancak, bazı şirketler, başka farklı bir adres ile bağımsız bir Yatırımcı İlişkileri internet sitesi de oluşturabilmektedir.

Her iki durumda da, hem müşteriler, tedarikçiler ve diğer üçüncü tarafların, hem de yatırımcıların kullanımı için oluşturulan "Hakkımızda" gibi ortak erişim sağlanan alanların dışında, en iyi uygulamalara göre, yatırımcılara sunulması gereken bilgileri üç temel kategoride, şu şekilde sınıflandırabiliriz:

1) Şirket bilgisi: Şirketin, Hakkımızda ana başlığı altında tüm kullanıcılara yönelik sağladığı Tarihçe, Vizyon, Misyon, Strateji, Faaliyet Alanları gibi temel bilgilerin yanı sıra, dün, bugün ve geleceğine dair yatırımcılar tarafından merak edilen, tutarlı bilgiler ile donatılan bilgilerden oluşmalıdır. Şirket bilgisi, her seviyede yatırımcıya hitap edecek şekilde, aşağıdaki unsurlar ile derinleştirilmelidir:

- a. Pazar koşulları: Pazar koşulları kapsamında, şirketin coğrafi ya da faaliyet alanları anlamında segment bilgileri, pazara sunduğu ürün ve hizmetler, rekabet, pazar

⁶ Özel Durumlar Tebliği

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/01/20140123-5.htm>

⁷ Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/06/20130613-11.htm>

payları ve bu alandaki ileriye dönük trendlerin yanı sıra, makroekonomi ve regülasyon alanındaki, şirketin değer teklifini etkileyebilecek gelişmeleri kapsamalıdır. Tercihen, istatistikî bilgi veren otoriteler, endüstri birlikleri, meslek odaları, rekabet ve regülasyon kurulları gibi kurumların da yayımladığı bilgilere link veren kaynaklar ile desteklenebilir.

- b. **Strateji:** Ülkemizde bir gelişim alanı olarak birçok halka açık şirketin internet sitesinde net olarak ifade edilmeyen bu bölüm, yurtdışındaki uygulamalarda “Why Invest – Niçin Yatırım Yapmalıyım?” sorusuna cevap verecek şekilde, şirketin değer tekliflerini ve uzun vadeli büyüme stratejisini en iyi ifade edecek veriler ile destekleyerek hazırlanmaktadır. Niçinin yanı sıra, nasıl, ne zaman sorularına da cevap verecek detayın anlatıldığı bu bölümlerde, stratejinin bir parçası olarak risk, getiri ve büyüme beklentilerinin yanı sıra, sermaye maliyetleri ve nakit akışları gibi, yatırımcı kararını etkileyebilecek unsurlara da yer verilir.
- c. **Değer Yaratan Uygulamalar:** Yatırımcılar tarafından merak edilen bir diğer alan değer yaratan uygulamalardır. Bu uygulamalar, stratejiyi tamamlayan, uzun vadeli sürdürülebilir büyümeye katkıda bulunan; inovasyon, marka bilinirliği, tedarik zinciri, müşteri sadakat ve memnuniyeti, yetenek yönetimi gibi şirkete rekabet alanında üstünlük sağlayan unsur olarak özetlenebilir.

2) Finansal bilgi: Şirketlerin, mevzuat gereği açıklamak ile yükümlü oldukları dönemsel finansal raporların yanı sıra, yatırımcılara, şirketlerin faaliyet alanları ya da yaptıkları işin alt kırımlarına göre detaylı, ham veriyi anlaşılır ve özet bir şekilde sunmaları beklenmektedir. Bu kapsamda paylaşılacak bilgiler şöyledir:

- a. **Finansal Raporlamalar:** Bu raporlar, mevzuat gereği dönemsel olarak kamu ile paylaşılan finansal tablolar ve dipnotlar, yılsonu ve ara dönem faaliyet raporları ve interaktif faaliyet raporlarıdır. Faaliyet dönemlerine ait, geçmişe yönelik çeyrek dönemlik bilanço, gelir tablosu ve nakit akım tablolarının yanı sıra şirketlerin operasyonel performans kriterleri olarak kullandıkları (müşteri sayıları, satış adet veya tonajları vb.) verilerin de dönemsel olarak internet sitelerinde yer alması, yatırımcı ihtiyaçları açısından bir gerekliliktir.

Tercihe dayalı olarak finansal sonuçlar ile paylaşılan ve revize edilen ileriye yönelik beklentiler için yurtdışındaki bazı şirketlerin internet sitelerinde detaylıca bir bölüm ile yatırımcıları bilgilendirdikleri örnekler bulunabilir. Yatırımcıların, kolaylıkla dönemsel karşılaştırma yapabilecekleri, excel formatındaki verinin internet sitesinde yer alması, şirket değerlemesini kolaylaştıran bir uygulamadır.

- b. **Sunumlar:** Ülkemizde birçok halka açık şirketin gelişim alanı olarak, analistler ve yatırımcılar için yapılan sunumların internet sitesinde yer alması önemli bir unsurdur. Önceki kılavuzlarda detaylı bilgiye ulaşabileceğiniz, kamu ile paylaşılan bilgiler kapsamında hazırlanan ve “[Yatırımcı Toplantıları](#)”nda kullanılan “[Yatırımcı Sunumları](#)” internet sitelerinde de eşanlı olarak yer almalıdır.
- c. **Özel Durum Açıklamaları:** Mevzuat gereği, yatırımcıların kararlarını etkileyecek ve dolayısıyla şirketlerin hisse fiyatına etki edebilecek nitelikte olan içsel bilgilerin KAP üzerinden kamu ile paylaşıldığı Özel Durum Açıklamaları da internet sitelerinde, yatırımcıların kolayca erişebileceği bir şekilde yer almalıdır. Her ne kadar mevzuat gereği, şirketlerin, KAP’ta yaptıkları duyurulara link vermesi yeterli olsa da, bu açıklamaların içeriğini kısaca özetleyecek bir başlık ve tarihi ile birlikte internet sitesinde ayrıca göstermek, özellikle yabancı yatırımcıların şirketin açıklamalarına kolayca erişmeleri açısından önem arz eder.

3) Hissedar bilgisi: Yatırımcılar, internet sitesinde ortaklığa ve hisseye dair bilgilere de erişebilmelidirler. Dolayısıyla, şirketin faaliyetleri, pazardaki konumu ve stratejileri dışında yer alan, hisse fiyatı ve grafikleri, şirketin katılacağı veya organize ettiği önemli olayların işlendiği bir takvim, yatırımcıların, şirketi değerleyen analistlerin iletişim bilgilerine ulaşabileceği bir iletişim listesi, yatırımcıların yoğunlukla cevap aradıkları “Sıkça Sorulan Sorular”, Yatırımcı İlişkileri iletişim bilgileri, Bilgi Toplumu Hizmetleri ve Ticaret Sicil Bilgileri, Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Yönetim (İcra Komitesi, Yönetim Kurulu, Komiteler, Politikalar, Uyum Raporu, Genel Kurula ilişkin açıklamalar, halka yeni arz olan şirketlerin, halka arz anında paylaştıkları izahname, sirküler, değerlendirme raporları ve görüşler vb. kamuya mal olan dokümanlar) ile ilgili bilgilerin de yatırımcı ilişkileri internet sitesinde yer alması gerekmektedir.

b) Kullanıcı Dostu İnternet Siteleri İçin Diğer Yapılabilecekler ve İyi Uygulamalardan Bazı Örnekler

İnternet sitesinde yer alan bilgilerin kapsamı kadar, internet sitesinin nasıl kurgulandığı ve zaman içerisinde nasıl geliştirildiği de önem arz eder. Kullanıcıların, bilgiye rahatça erişimlerini sağlamak için:

- Öncelikle internet sitesinin yapısı tasarlanmalıdır.
- İçerik, kolayca erişilecek şekilde yapılandırılmalıdır. Bir site haritası ve iyi bir arama aracı navigasyonu kolaylaştırır.
- İçerik kolay okunabilecek şekilde düzenlenmelidir (punto, vb.).
- Şeffaflık ve güncelliğin en önemli unsurları olduğu unutulmamalıdır. Var olan içerik şirketin operasyonel ve finansal gelişmeleri ile anında güncellenmelidir.
- İçerik, potansiyel, yeni ve uzun-vadeli olmak üzere, farklı bilgi seviyesindeki analist ve yatırımcılara hitap etmelidir.
- Farklı bilgi seviyesi ve ihtiyacındaki kullanıcıya hitap eden bilgiyi, gerektiğinde farklı kaynaklara (yerli ve yabancı endüstri grupları, regülâtör internet siteleri vb.) da yönlendiren linklere yer verilmelidir ve bu linklerin çalışıyor durumda olduğu kontrol edilmelidir.
- İçerik, görsel ve multimedya ile zenginleştirilmelidir. Özellikle, Yönetim Kurulu Başkanları veya CEO'ların stratejileri ve dönemsel sonuçlar hakkındaki yorumlarını belirten multimedya içeriklerden faydalanılabilir.
- LinkedIn, Facebook, Twitter gibi sosyal medya kanalları, şirket duyuruları ve interaktif iletişim için etkin olarak kullanılabilir. Şirketler “İletişimde Kalın” konseptiyle, internet sitelerinde ilgili logolara tıklamak suretiyle yatırımcıları sosyal medya hesaplarına yönlendirmelidir.
- İnternet siteleri sosyal medya kanalları üzerinden, yatırımcılar ile interaktif bir iletişim kuracak doğrultuda şekillendirilmelidir. (Ancak, şirket yönetimi, üçüncü tarafların algısını anlamak üzere, sosyal medyadaki tartışma platformlarını aktif olarak takip etmeli, yanlış bilgi paylaşımı ya da manipülasyonlara zamanlıca müdahale edebilmelidir.)
- Bunun yanı sıra, şirketler sunum ve videolarını, youtube ve slideshare gibi kanallarda paylaşabilir.
- Sıkça sorulan sorular kısmına bir soru kutucuğu ekleyerek, cevabı bulunmayan soruların anında sorulabilmesi ve en güncel sorunun, en üste eklenmesi suretiyle, yatırımcıları, merak edilen sorular hakkında eşanlı olarak bilgilendirilebilecek bir sistem oluşturulmalıdır.
- Mümkün ise, global şirketlerde olduğu gibi, Sıkça Sorulan Sorular kapsamında, İcra Komitesi ve/veya Yönetim Kurulu'na da internet sitesi üzerinden erişim sağlanabilmelidir. İnternet siteleri tarafından yayınlanan haber vb. içeriğin tek bir ortamdan topluca izlenebilmesine olanak sağlayan bir içerik besleme yöntemi olan

RSS fonksiyonu ve e-mail alarmları ile yatırımcıların, şirketin dönemsel ve özel durum açıklamaları, basın duyuruları ve sunumlar gibi güncellemelerinden anında haberdar edileceği bir platform oluşturulmalıdır.

- Yatırımcı ilişkileri tarafından dönemsel sonuç açıklaması, önemli gelişmeler için organize edilen video konferanslar veya grup telekonferansları için belirlenen zamanlar, internet sitesindeki takvimlerde önceden ilan edilmelidir.
- Özellikle sonuç açıklamaları ardından yapılan interaktif sunumlar veya canlı videolar, ilgili döneme ait diğer açıklamalar ile bir paket olarak “yatırımcı kiti” adı altında sunulabilir. İnternet sitelerinde yer alan içeriğin, akıllı telefonlarda da kullanılmasını sağlayan uygulamalar ve formatlar kullanılabilir.
- Belli zamanlar için verilen hedeflerin ölçüldüğü ve stratejinin ne ölçüde uygulandığını gösteren skor kartlar kullanılabilir.
- İnternet sitelerinin kullanımı, dönemsel raporlamalarla takip edilerek, en çok başvuru alan içeriğe erişimi kolaylaştıracak revizyonlar yapılmalıdır.
- Benzer şekilde, en çok aranan kelimelerin ya da linklerin, internet sitesinde, ana sayfada ve/veya görünür alanlarda kutucuklar içinde verilerek, bir tıklama ile ilgili alanlara erişim sağlanmalıdır.
- Geliştirilmiş filtreler ve arama motorları ile tarih veya kelime bazında aranılan bilgiler kolayca bulunabilmelidir.
- İnternet sitesinde, sektörler özelinde kullanılan terimlere yer veren “Terimler Sözlüğü” bulunmalıdır.

Temel uygulamalar açısından, TÜYİD tarafından 2014 yılında üçüncüsü düzenlenen ‘TÜYİD Yatırımcı İlişkileri Zirvesi’nde sahiplerini bulan en iyi internet sitesi ödülleri için değerlendirmede esas alınan skor kartlar ve değerlendirme metodolojisine [buradan](#) ulaşabilirsiniz.