Journal of Yaşar University, 2022, 17/65

Publisher / Sahibi
On behalf of Yaşar University
Yaşar Üniversitesi Adına
Erhan Ada

Editor / Editör, Yayın Kurulu Başkanı
Osman Gök

Editorial Board / Yayın Kurulu
Arıkan Tarık Saygılı
Ayşe Özden Birkan
Çağrı Bulut
Durmuş Özdemir
Emel Yarımoğlu
Erhan Ada
Fatma Dilvin Taşkın
Ferika Özer Sarı
Hasan Baklacı
Jose Arturo Garza-Reyes
Lorenzo Zirulia
Malik Çürük
Marco Cucculelli
Mehmet Erdem Yaya
Mustafa Gürol Durak
Mustafa Tepeci
Oğuz Karahan
Olimpia Ban
Orhan İçöz
Özgür Kabadurmuş
Sachin Kumar Mangla
Yiğit Kazançoğlu
Yüksel Ekinci

Editor Assistant / Yayın Kurulu Başkan Yardımcısı
Burak Çetiner

English Editor / İngilizce Editörü
Ian Stewart Collins

Turkish Editor / Türkçe Editörü
Aylin Bedriye Atacan

e-ISSN 1305-970X

TARANILAN ULUSLARARASI VE ULUSAL ENDEKSLER

Journal of Yaşar University, 2022, 17/65

Kelime İlişkilendirme Testi ile Akıllı Turizm Kavramının Değerlendirilmesi
Olcay ÖZIŞIK YAPICI
1-14

Aşırı İş Yükünün İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde İş Stresinin Aracılık Rolü
Didem ÖZTÜRK ÇİFTÇİ
15-38

Seçilmiş Makroekonomik Değişkenlerin BİST100 Endeksi Üzerindeki Asimetrik Etkileri
İsmail CANÖZ, Fatih YİĞİT
39-56

Taraftarların Profesyonel Spor Takımı ile Olan İmaj Uyumlarının Lisanslı Spor Ürün ve Hizmetlerini Satın Alma Niyetlerine Etkisi Üzerine Bir Çalışma
Sefa ÜSTÜNER, Meltem CANOĞLU, Serap ÇABUK
59-78

The Effect of Privacy Perception on Social Media on Attitude Towards Social Media Usage
Abdülkadir ÖZTÜRK, Coşkun ERKAN, Umut ERKUŞ
79-94

The Impact of Organizational Learning Culture on Organizational Performance: Case Study for Afghanistan
M. Moneer SHAGHSY, Hatice Şehime ÖZÜTLER
95-116

To What Extent Does Perceived Employability Affect Life Satisfaction? Findings from Munzur University Students
Bayram GÜNEŞ, Sedat ACAR
117-133

Türkiye'de İşsizlik ve Ekonomik Büyüme İlişkisi
Fatma KOLCU, Nebiye YAMAK
134-148

Yatırımcı İlişkileri: Scopus Veri Tabanında Bibliyometrik Analiz
Ozan ÖZDEMİR, Burcu ASLANTAŞ ATEŞ, Tuğçe TEKİN
149-172

Kamu Malı Olarak Bilginin Sınırları: Örtük Bilgiye Stratejik Bir Yaklaşım
Erkan GÜRPINAR, Özgür H. AYDOĞMUŞ
173-188

Otel İşletmelerinde İlk Oyunlaştırılmış İşgören Seçim Uygulaması ve Kritik Başarı Faktörleri
Senem YAZICI, Gamze UTAR
189-208

High Technology Policy In The European Union
Khariulla MASSADIKOV, Mahir ÖZHAN
209-235

Fermente Gıdaların Tüketimi ve Bu Gıdalar Hakkında Bilgi Düzeylerinin Sağlık Harcamalarına ve Ekonomiye Olan Etkisi
Recep PALAMUTOĞLU, Merve İNCE PALAMUTOĞLU, Cemal KASNAK, Buket ÖZEN
236-248

Validity Analysis of Financial Failure Prediction Models During the Covid-19 Pandemic
Gerçek ÖZPARLAK
249-276

Portfolio Diversification and Optimization at Industry Level, Evidence from Turkey
Tarana AZIMOVA
277-294

Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Algılanan Fiyat ve Algılanan Hizmet Kalitesi Üzerindeki Etkileri
Halil İbrahim ŞENGUN, Abdullah USLU
295-314

Örgütsel Yaşamda Aleksitimi (Duygular İçin Söz Yokluğu) ve İş Performansı Üzerindeki Etkisi
Ceren AYDEMİR, A. Asuman AKDOĞAN
315-328

Nezaket: Örgütlerde Yönetici - Çalışan İlişkilerini Güçlendirici Bir Davranış
Engin Deniz ERİŞ, Mustafa Said KOCABIYIK
329-350

Özdemir, O., Aslantaş Ateş, B., Tekin, T. / Journal of Yasar University, 2022, 17/65, 149-172

Yatırımcı İlişkileri: Scopus Veri Tabanında Bibliyometrik Analiz

Investor Relations: Bibliometric Analysis in Scopus Database

Ozan ÖZDEMİR, Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye, ozanozdemir@sdu.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-7579-9422

Burcu ASLANTAŞ ATEŞ, Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye, burcuates@sdu.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-8896-5303

Tuğçe TEKIN, Süleyman Demirel Üniversitesi, Türkiye, tugcetknn@gmail.com

Orcid No: 0000-0002-7548-8683

Öz: Yatırımcı ilişkileri, kurumsal yönetimin, kurumsal sosyal sorumluluğun, halka açık şirketlerin ve sermaye piyasalarındaki bilgi paylaşımının giderek artan önemi ile akademik alanda da araştırmalara konu olmaktadır. Şirketlerin sadece tek bir ilişkili tarafla değil tüm paydaşlarla bilgi paylaşımı; dijitalleşen dünyada daha kolay, daha hızlı ve daha işlevsel hale gelmiştir. Finansal raporlar, faaliyet raporları ve diğer önemli açıklamalarla birlikte dijitalleşmenin sunduğu imkanların bütünleşik kullanılması finansal halkla ilişkiler olarak da nitelendirilebilmektedir. İşletmecilik faaliyetlerinde öne çıkan bu gelişmeler akademik alanda da ilgi görmekte ve araştırmalara konu olmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada yatırımcı ilişkileri kavramının akademik alanda ne ölçüde ele alındığı ve hangi yönleriyle çalışıldığı sorularına cevap aranmaktadır. Scopus veri tabanında (1980-2020 yılları arası) belirlenen çeşitli kriterler bağlamında bibliyometrik analiz yapılmış ve sonuçları sunulmuştur. Yıllar içinde artış trendi gösteren akademik çalışmalar içerisinde makale yazım türü en çok yayımlanan yazım türüdür. Çalışmaların ilgili olduğu alanlar içerisinde en yüksek pay işletme, yönetim ve muhasebe çalışma alanına aittir. Bu sonuçların yanında akademik çalışmaların hangi ülkelerde, hangi kurumlarda ve hangi yazarlara ait olduğu vb. sonuçlara da yer verilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Yatırımcı İlişkileri, Bibliyometrik Analiz, Scopus Veri Tabanı, Finansal Raporlama

JEL Sınıflandırması: M40, M41, G10, G20

Abstract: Investor relations are also the subject of research in the academic field with the increasing importance of corporate governance, corporate social responsibility, publicly traded companies and information sharing in capital markets. Sharing information of companies with all stakeholders, not just one associated party; it has become easier, faster and more functional in the digitalized world. Together with financial reports, activity reports and other important statements, the integrated use of the possibilities offered by digitalization can also be characterized as financial public relations. These prominent developments in business activities attract attention in the academic field and become the subject of research. In this context, the study seeks to answers to the questions of the extent to which the concept of investor relations is considered in the academic field and in what aspects it is studied. Bibliometric analysis was conducted in the context of various criteria determined in the Scopus database (covering the years 1980-2020) and the results were presented. According to the results, academic studies have shown an increase trend over the years and the most published type of writing in academic studies is the article. The highest share of the fields in which the studies are related belongs to the field of business, management and accounting. In addition to these results, academic studies belong to which countries, which institutions and which authors, etc. results are also included.

Keywords: Investor Relations, Bibliometric Analysis, Scopus Database, Financial Reporting

JEL Classification: M40, M41, G10, G20

Makale Geçmişi / Article History

Başvuru Tarihi / Date of Application : 21 Şubat / February 2021

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 4 Ekim / October 2021

1. Giriş

Yatırımcı ilişkileri bir şirketin sadece potansiyel ve mevcut yatırımcılarla iletişiminden değil, diğer finansal analistler ve paydaşlar arasındaki uzun ve kısa vadeli ilişkileri tanımlayan, kuran, sürdüren ve geliştiren sürekli, planlı pazarlama faaliyetlerinden oluşur (Dolphin, 2004, 26). Yatırımcı ilişkileri paydaşlara verilen önem ve paydaş teorisinin gündeme gelmesi ile ortaya çıkmış olup, paydaş işletmenin başarı veya başarısızlık sonuçlarından karşılıklı etkileşimde olan taraflardır (Dereköy, 2015, 41). Paydaş teorisi ise bir stratejik yönetim kavramı olup, rekabet avantajı geliştirmek için organizasyonun iç ve dış çevreleri ile ilişkilerini güçlendirmeye yardımcı olmayı amaçlayan faaliyetleri kapsamaktadır (Aktan ve Börü, 2007, 4).

Paydaş teorisi, kurumların tüm faaliyetlerinin ve aldığı kararların doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili oldukları tüm hedef gruplarının dikkate alındığı bir süreç olarak değerlendirilebilir. İletişimin paydaşlarla etkileşimli gerçekleştirilmesi birey düşünce ve kararlarının önem kazandığı günümüz ekonomik koşullarında, yönetim stratejilerinde paydaşlarının perspektifinden bakılmasını gerektirmektedir (Yıldırım, 2020, 440). Bu nedenlerin de bir sonucu olarak paydaş teorisi yatırımcı ilişkileri faaliyetlerinde temel rol oynamakta ve aynı zamanda da yatırımcı ilişkileri açıklamalarını da gerekli kılmaktadır.

Yatırımcı ilişkileri faaliyetlerinin temel amacı, yatırımcıların sermaye tahsis kararlarını alabilmeleri için ihtiyaç duydukları bilgileri sağlamaktır. Buna ek olarak, yatırımcı ilişkileri faaliyetleri, bir şirketin hisselerinin düşük veya aşırı fiyatlandırılmasını azaltmanın bir aracı olarak da görülmektedir (Deller, Stubenrath ve Weber, 1999, 352).

Finansal raporlar işletme ile paydaşları arasında bilgi akışında ve iletişiminde uzun yıllar kullanılan başlıca araçlar olagelmiştir; ancak finansal piyasaların gelişmesi, yatırımcıların bakış açısındaki değişimler, işletme yönetimlerinin strateji ve politikaları, teknolojik gelişmeler vb. faktörlerin etkisiyle finansal raporların ve mâli bilgilerin yanı sıra süreç genişlemiştir. İşletmeler yasal zorunlulukları ve ticari gereklilikleri karşılamak için finansal raporlarını, faaliyet raporlarını, diğer açıklamaları yayımlarken zaman içinde diğer iletişim araçlarının sürece dâhil edilmesi ile bilgi akışı daha kapsamlı hale gelmiştir. Özellikle sermaye piyasalarında daha etkin hale gelmeyi amaç edinen kurumsal işletmeler yatırımcı ilişkileri perspektifinden bu süreci yönetmeyi hedeflemektedir. Günden güne finansal rapor vb. açıklamaların yanında ilave birçok aracın bu kapsamda kullanıldığı gözlenmektedir. İşletmelerin yürüttüğü bu faaliyetler akademik alanda da karşılık bulmuş ve birçok boyutuyla ele alınmıştır. Ayrıca işletmelerin bu kapsamdaki faaliyetlerinde olduğu gibi akademik yazında da bu alanda yapılan çalışmalarda artış eğilimi gözlenmektedir. Bu bağlamda

araştırmada yatırımcı ilişkileri ile ilgili kavramsal çerçeve ve literatürde öne çıkan çalışmalar özetlenmiştir.

Bibliyometrik analizlerde sıklıkla başvurulan ve dünya çapında yaygın kullanılan Thomson Reuters'ın Web of Science ve Elsevier'in Scopus veri tabanları bulunmaktadır (Mongeon ve Paul-Hus, 2016). Araştırmada daha kapsamlı sonuçlara ulaşılabilmesi nedeniyle Scopus veri tabanına dayanarak bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiş; birçok yönüyle yayınlar hakkında ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir. Yıllar, araştırma alanları, yazarlar, yazar kurumları, ülkeler, atıflar vb. boyutlara göre kategorize edilen sonuçlar ortaya konulmuştur.

2. Yatırımcı İlişkileri

Kurumsal raporlama faaliyetleri, finansal raporlamaya ilave olarak farklı bileşenlerle zenginleşmektedir. İşletmelerin bağımsız denetimden geçmiş finansal raporları çok kıymetli bir bilgi akışı sağlarken; yatırımcılar ve diğer ilgili paydaşlar farklı bilgi kaynaklarına da önem vermektedir. Sürdürülebilirlik raporları, işletmenin iş modeli hakkında bilgi sağlayan raporlar veya web sayfaları, sosyal medya kanalları bu kapsamda ilgi görmektedir. İşletmeler bu alanı ayrı bir değer yaratma potansiyeli sağlayan ve yönetilmesi gereken bir mecra olarak değerlendirebilir. Muhasebe bilgilerinden yararlanan bilgi kullanıcıları analizlerini daha başarılı kılabilmek adına bilgi çeşitlendirmesine gitmektedir. Örneğin bir havayolu firmasının mâli durumunu ve faaliyet sonuçlarını değerlendirdikleri finansal raporlara işletmeyle ilgili diğer bilgi kaynakları destek olabilmektedir. Uçakların doluluk oranları, yolcuların ortalama bagaj ağırlıkları, petrol fiyatlarındaki değişim, pandemi etkisi, sefer sayılarındaki değişim, yeni güzergahlar, yapılan yeni uçak tahsisleri vb. bilgiler yatırımcı ilişkileri çerçevesinde bilgi akışına dahil edilebilmektedir.

İş dünyasında uzmanlaşma, profesyonelleşme ve sermaye piyasalarının küreselleşmesi, yatırımcıların aldıkları yatırım kararlarında daha sistematik, daha büyük ve daha güçlü bir şekilde davranmalarına yol açmıştır. Günümüzde şirketler, bilgili, zeki, talepkar ve sorgulayıcı yatırımcılarla karşı karşıyadır. Yatırımcı yönündeki bu evrim niteliğindeki değişiklikler, yatırımcıların daha fazla önemsenmesine, yatırımcı ilişkileri fonksiyonunun ön plana çıkmasına yol açmıştır (Hoffmann, Tietz ve Hammann, 2018, 294).

Yatırımcı ilişkileri, bir şirket ile finans topluluğu arasındaki bağlantıyı sağlayan ve bir şirketi kamuya açıklayan unsur olarak tanımlanabilir (Marston, 1996, 477). Esasen yatırımcı ilişkileri stratejik yönetimin bir unsurudur ve yönetimin sorumluluğunda olan bir durumdur. Yatırımcı ilişkileri yönetim, muhasebe, finans, iletişim, pazarlama fonksiyonlarının entegrasyonu ile yatırımcılara bilgi vererek şirketin menkul kıymetlerinin değerinde adil değerleme sağlamayı amaçlar (NIRI, 2020). Yatırımcı ilişkilerin başka bir tanımı ise, "kamu

otoritelerinin taleplerini ve de finansal piyasaların bilgi ihtiyacını finansal tabloların ötesinde karşılamaktan ve böylece karşılıklı yarar sağlayan yatırım kararlarını kolaylaştırmaktan sorumlu kurumsal işlevdir" şeklindedir (Valentine, 2015, 2).

Şirketlerin finansal piyasalardaki konumu hisse senedi satışları, kâr gibi çeşitli faktörler sebebiyle oldukça önem taşır. Birçok farklı faktör bir şirketin finansal piyasadaki konumunu etkilemektedir. Yatırımcı ilişkileri bu konumu etkilemek noktasında oldukça önemli bir noktadadır. Hatta yatırımcı ilişkileri statüsündeki faaliyetler ile şirketin geçmişte ve günümüzde katlanmak durumunda kaldığı bazı olumsuzluklar ortadan kaldırılabilir, gelecekte yaşanabilecek olumsuzlukların yatırımcı bazında nötr değerlendirilme ihtimali söz konusu olabilir. Yatırımcı ilişkilerinin asgari öneminin halka açık şirket statüsünü korumaya eşit olduğu varsayılabilir (Dziawgo, 2012, 65).

Yatırımcı ilişkilerinin şirketler açısından faydaları; piyasada adil şirket değerlemesi sağlamak, hisse senedi piyasaları aracılığıyla sermayeyi arttırmak, hisse fiyatının istikrarını sağlamak, volatiliteyi önlemek için karar vermek, şirket değerleme tahminleri temelinde stratejik planlama yapmak, daha düşük bir fiyata finansmana erişimi sağlamaktır (Polishchuk, Kornyliuk ve Ivashchenko, 2020, 135).

Yatırımcı ilişkileri için kullanılan araçlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Ryan ve Jacobs, 2004: 62-65; Bragg, 2010: 4-5). Ancak ilk olarak belirtmek gerekir ki dijitalleşmenin oldukça yoğun kullanıldığı günümüzde yatırımcı ilişkilerinin çoğu internet üzerinden web siteleri ve sosyal medya aracılığı ile yapılmaktadır. Aşağıda sayılan pek çok araç en nihayetinde şirketin web sitesinde veya sosyal medya hesaplarında yatırımcılara sunulmaktadır.

a) Yıllık Rapor: Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkeleri ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına göre hazırlanmış, denetimden geçmiş ve yayımlanmış finansal raporlar.

b) Genel Kurul: Yılda bir kez yapılan ve tüm hissedarların katıldığı; yıllık raporların sunulduğu, yatırım kararlarının konuşulduğu, sorunların tartışıldığı, yönetim kurulu seçiminin yapıldığı toplantıdır.

c) Basın Bülteni: Önemli bir yatırımcı ilişkileri aracı olup, bir satın alma veya büyük bir ihale kararı gibi önemli bir şirket etkinliği hakkındaki bilgilerin kısa bir özetidir.

d) Web Sitesi: Bir şirketin web sitesinin yatırımcı ilişkileri bölümü, yatırımcılara muazzam miktarda kaliteli bilgi verme yeteneğine sahiptir. Ciddi ve detaylı bir şekilde yapılandırılır ve düzenli güncellemeler yapılırsa, özellikle dijital çağ olan günümüzde yatırımcı bilgilerinin birincil kaynağı olabilir.

e) Bilgi Sayfası: Bu, önemli müşterileri, yöneticileri, son basın bültenleri ve misyonu dâhil olmak üzere bir şirket hakkındaki temel gerçekleri listeleyen iki ila dört sayfalık bir

belgedir. Bilgi sayfası şirketin web sitesinde yayınlanabilir ve aynı zamanda her türden harici toplantılarda dağıtılan bir belge olarak işlevini gerçekleştirebilir.

f) Konuşma Dökümleri: Bir şirket yetkilisinin yaptığı bir konuşma veya sunum yazıya dökülerek ya da çeşitli görseller yardımıyla yine şirketin web sitesinde yayımlanabilir.

g) Reklam: Bir reklam kampanyası, bir şirketi tamamen yeni bir potansiyel yatırımcı grubuna tanıtabilir, ancak elde edilen yeni hissedarların sayısına göre pahalı olabilir. Sınırlı yatırımcı ilişkileri bütçesine sahip küçük firmalar için etkili bir araç değildir.

h) Roadshow: Coğrafik olarak daha çok bölgeye tanıtım için kullanılan bir yatırımcı ilişkileri aracıdır. Şirketin isim, logo, afişleriyle süslenmiş olan araçların gezici bir şekilde tanıtım ve de bazen satış yapmasıdır.

i) Konferans Görüşmeleri: Yatırımcı ve analistin dikkatini en son şirket açıklamalarına çekmenin etkili ve en yaygın yolu olan konferans görüşmesi, sermaye piyasası oyuncularının son açıklamaları, önemli noktaları ve önemli faaliyetleri özetleyen üst yönetimi dinlemelerine ve soru sormalarına olanak tanıyan bir araçtır.

j) Yatırımcı günü: Şirketin, yatırımcıları ve analistleri şirket yöneticilerinin yaptığı resmi bir sunum dizisine davet etmesidir. Bu, yatırım topluluğunun yakınında veya büyük bir şirket konumunda olabilir. Aynı zamanda şirket turuna da yer verilebilir.

3. Literatür Özeti

Yatırımcı ilişkileri ile ilgili olarak literatüre bakıldığında ülkemizde oldukça az çalışma mevcut olduğu görülmüştür. Bunlarla birlikte farklı ülkelerde yapılmış olan ilgili çalışmaların bir kısmına, yatırımcı ilişkileri ile ilgili bakış açısı oluşturmak ve yatırımcı ilişkileri konusunun hangi yönlerinin çalışmalara konu edildiğini, hangi uygulamalara yer verildiğini ortaya koymak adına aşağıda değinilmiştir.

Rao ve Sivakumar (1999), 1984-1994 döneminde Fortune 500 sanayi firmaları arasında yatırımcı ilişkileri departmanlarının kurulmasına yol açan zorlayıcı koşullarını analiz etmiştir. Sonuçlar, kamuyu aydınlatma talebi ve sosyal örgütlerin baskıları yatırımcı ilişkileri departmanlarının kurulmasına önemli katkı sağladığını göstermektedir. Finansal analistlerin incelemeleri de firmaları bu tür departmanlar oluşturmaya zorlamıştır. İşletme dışındaki(sosyal) talep, hissedar haklarını bir sorun olarak çerçevelemiş ve örgütleri onları korumaya zorlarken, profesyonel analistler, örgütleri, sınırları kapsayan yapılar oluşturarak yatırımcı haklarına bağlılıklarını işaret etmeye zorlamıştır.

Deller vd. 1999 yılında yaptıkları çalışmada yatırımcı ilişkileri faaliyetleri için bir araç olarak internetin rolünü ele almışlardır. Ampirik çalışmada, ABD, İngiltere ve Alman şirketlerinin internet yatırımcı ilişkileri faaliyetleri karşılaştırılmıştır. Yatırımcı ilişkileri

faaliyetlerinde internetin, ABD şirketlerinde (%91), İngiltere (%72) ve Alman (%71) şirketlerinden daha fazla kullanıldığı sonucuna varılmıştır. ABD'de internet üzerinden kurumsal raporlama, yatırımcı ilişkileri stratejilerinin standart bir özelliği halinde kullanım sergilerken; buna karşılık, Almanya'da şirketlerin yalnızca üçte ikisi, interneti muhasebe bilgilerini dağıtmanın alternatif bir yolu olarak kullanmaktadır. İngiltere sonuçları diğer iki ülke arasında yer almaktadır. Verilen bilgilerin kapsamına ilişkin ayrıntılı bulgular, İngiliz şirketlerinin, Alman şirketlerinden daha alternatif bir dağıtım kanalı olarak interneti daha yaygın kullandıklarını açıkça göstermektedir.

Yatırımcı ilişkileri açıklamalarının ve özellikle de zamanında yapılan açıklamaların özsermaye maliyeti ile arasındaki ilişki Botosan ve Plumlee (2002) tarafından ele alınmıştır. (Botosan ve Plumlee 2002). Yoshıkawa ve Gedajlovıc (2002), küresel sermaye piyasalarına entegre olmuş, istikrarlı hisse sahipliğinin ve Japon firmalarının grup üyeliğinin, yatırımcı ilişkileri uygulamalarına ve piyasa katma değerinin kalitesine herhangi bir etkisinin olup olmadığını incelemişlerdir. Sonuçta istikrarlı sahiplik ve grup üyeliğinin yatırımcı ilişkileri üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüş, küresel sermaye piyasalarına daha fazla entegre olmuş Japon firmalarının, paydaş odaklı politikalar yerine hissedar odaklı politikalar benimseme olasılığının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Geerings vd (2003), Euronext borsasında listelenen şirketlerin internetteki yatırımcı ilişkileri faaliyetlerini incelemiştir. Bu amaçla Belçika, Fransa ve Hollanda'da bir model kullanılarak elde edilen sonuçlar neticesinde düzeyler belirlenmeye çalışılmıştır, Euronext bölgesindeki şirketlerin çoğunun internet yatırımcı ilişkilerinin ikinci aşamasında olduğunu, yani diğer kaynaklar aracılığıyla elde edilen bilgilerin yatırımcıları daha iyi bilgilendirmek için bir araya geldiğini göstermektedir. Çalışma ayrıca büyük şirketlerin interneti yatırımcı ilişkileri amacıyla küçük şirketlere göre daha yoğun olarak kullandıklarını ortaya koymuştur.

Dolphin (2003), yatırımcı ilişkilerini pazarlama iletişiminin bir parçası olarak görmektedir ve bu doğrultuda İngiliz şirketlerinde bir çalışma yapmıştır. Çalışma, büyük şirketlerin yatırımcı ilişkileri programlarını ne ölçüde geliştirdiğini ve bu programların nasıl yapılandırıldığı ve kim tarafından yönetildiğini açıklamaya çalışmıştır. Bu makalede bildirilen sonuçlar, araştırılan örneklemin dörtte birinin önceki on yıla göre kendi yatırımcı ilişkileri departmanlarını kurmuş olduğu, kuruluşların yatırımcı ilişkilerini önemli bir iletişim uzmanlığı ve uzman kişilere layık bir uzmanlık alanı olarak gördüğünü göstermektedir. Abdul Hamid ve Salleh'in 2005 yılında yaptıkları çalışma ise Malezya Menkul Kıymetler Borsası'nda (MSE) işlem gören 100 şirketi üzerinedir. Bu çalışma, şirket büyüklüğünün ve sektör sınıflandırmasının kurumsal web sitesinde yatırımcı bilgilerinin varlığı ile önemli

ölçüde pozitif bir ilişki içinde olduğunu ortaya koymuştur. Öte yandan, karlılık ve yabancı sahiplik değişkenleri için sonuçlar önemsiz bir ilişki göstermektedir.

Karademirlidağ ve Yılmaz (2010), yatırımcı ilişkilerinden finansal halkla ilişkilere geçiş yolculuğunda bu iki alanı kavramsal olarak ortaya koymak ve Türkiye'de faaliyet gösteren en başarılı kurumların bu kavramlara bakış açısını araştırmışlardır. Yüksek ciroya sahip şirketlerin web sayfalarında yatırımcı ilişkileri olarak ifade edilen bir menünün var olup olmadığının sorguladığı çalışmada, şirketlerin sadece %44'ünde yatırımcı ilişkileri adı altında bir bölüm ya da başlık bulunduğu ortaya çıkmıştır. Şirketlerin web sitelerinde finansal halkla ilişkiler ve halkla ilişkiler arasında bir ayrımın ifade edilip edilmediği incelenmiştir. Buna göre, toplam 100 şirketin sadece %2'sinde finansal halkla ilişkiler ve hakla ilişkiler ayrımına dair bir bulguya rastlanırken %98 oranında rastlanmadığının tespit edildiği araştırmada web sitelerinde diğer yatırımcı ilişkilerine ilişkin iletişim araçlarının sektörel farklılıklar gösterebileceği vurgulanmıştır.

Temizel'in 2010 yılında yaptığı çalışmada yatırımcı ilişkileri yönetiminin önemi, devletlerin yatırımcı ilişkileri uygulamaları, şirketlerin uygulamalarından farklılaşan noktaları ve başlıca gelişmekte olan ülkelerin yatırımcı ilişkileri uygulamaları ele alınmıştır. Piyasalardaki yüksek düzeyli belirsizliğin beraberinde getirdiği kısıtlamaların aktif bir yatırımcı ilişkileri programı değerinin altını daha belirgin biçimde çizdiği belirtilmiş olup, devletlerin çoğunlukla borçlanma aracı ihraçları öncesinde, daha az olmak kaydıyla da ihraç anında ve ihraç sonrasında yatırımcı ilişkileri etkinliklerini gerçekleştirdiklerinin gözlenmekte olduğu tespit edilmiştir. Gelişmekte olan ülkelerin yatırımcı ilişkileri yönetimine pozitif yaklaştıkları ve bu konudaki uygulamalarını geliştirme eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu çalışmaya göre Türkiye bu alandaki uygulamaları ile bölgesinde öncü konumundadır.

Ly (2010) Japon elektrikli cihaz üretici firmalarının yatırımcı ilişkilerinin düzeyi ile sermaye maliyeti arasındaki ilişkiyi incelemiş; firmanın yatırımcı ilişkileri açıklama düzeyinin artışının daha düşük sermaye maliyeti faydası sağladığını iddia eden teorik çalışmalarla tutarlı bir sonuç bulmuştur. Peasnell vd. (2011) kurumsal kredibiliteye genel bir güvensizlik döneminde yatırımcı ilişkileri faaliyetlerinin sermaye piyasası üzerindeki etkilerini değerlendirdikleri çalışmalarında 1996-2001 döneminde ABD Yatırımcı İlişkileri Dergisi Ödülleri (IRMA) tarafından üstün yatırımcı ilişkileri uygulamalarıyla tanınan 122 şirketten oluşan bir örneklemi incelemişlerdir. Sonuçlara göre, yatırımcı ilişkileri itibarına sahip firmaların Enron ve ilgili skandallarla ilişkili yönetim güvenilirliği ve finansal raporlama bütünlüğünde algılanan düşüşten korunmaya yardımcı olamadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

AbuGhazaleh vd. (2012) Amman Borsası'nda işlem gören şirketler için kurumsal web tabanlı yatırımcı ilişkileri faaliyetlerinin belirleyicilerini incelemeyi amaçlamışlardır. Ürdün

borsasına kayıtlı şirketlerin çevrimiçi raporlama uygulamalarını incelemek için bir anket yapılmıştır. Sonuçlar, web sitelerinin varlığının şirket büyüklüğü ve finansal pozisyon ile pozitif yönde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Ancak şirketin yaşı ile yatırımcı ilişkilerinin web sitesi üzerinden sunumu arasında negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir.

Vlittis ve Charitou (2012) 1999-2005 yılları arasında yeni bir yatırımcı ilişkileri (IR) görevlisi atandığını veya bir yatırımcı ilişkileri firması ile çalışmaya başlanıldığını duyuran 146 firmanın hisse senedi fiyat performansı araştırılmıştır. Duyuru günü civarında pozitif anormal getiriler saptanmıştır. Bu duyuruyu takip eden yılda bilgi asimetrisinde önemli düşüşler ve firmalarının likiditesinde ve görünürlüğünde önemli artışları tespit edilmiştir.

Hoffmann ve Fieseler (2012), yaptıkları çalışmada bir şirketin imajının oluşumunda ve nihayetinde sermaye piyasalarında değerlemesinde rol oynayan bir dizi finansal olmayan faktörü tanımlamayı amaçlamıştır. Hisse senedi analistleri tarafından şirket hakkında bir görüş oluşturmada kuruluşun paydaş ilişkileri, kurumsal yönetimi, kurumsal sosyal sorumluluğu, itibarı ve markası, yönetim kalitesi ve stratejik tutarlılığı gibi finansal olmayan bilgiler de dikkate alınmaktadır. Bununla birlikte, en önemli faktörlerden birinin yatırımcı ilişkileri işlevinin pozitif sermaye piyasası ilişkilerini geliştirmede önemli rol oynadığının altını çizmektedir. Finansal olmayan faktörlerin dikkate alınması, finansal iletişimin kalitesini artırır.

Desoky ve Mousa (2013) Bahreyn Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören şirketlerin özellikleri, kurumsal yönetişim özellikleri ve yatırımcı ilişkileri açıklamaları arasındaki ilişkileri incelemiştir. Bu çalışmaya dahil edilen 40 firmadan 34'ünün (%85) erişilebilir web sitesine sahip olduğu ve 34 firmadan sadece 9'unun web sitelerinde yatırımcı ilişkileri bilgileri için ayrı bir bölüme sahip olduğu tespit edilmiştir. Firmanın ve yönetim kurulunun büyüklüğü ile yatırımcı ilişkileri bilgilerini açıklama doğru orantılı olarak gerçekleştiği belirtilen çalışmanın yapıldığı yıldan önceki son iki yılda yeni hisse senedi ihraç eden Bahreyn firmaları, yeni hisse senedi ihraç etmeyenlere göre daha fazla bilgi açıklamaktadır.

Laskin 2014 yılında yaptığı çalışmada yatırımcı ilişkileri profesyonellerinin eğitim geçmişlerini, organizasyon yapılarını, raporlama ilişkilerini ve diğer değişkenleri araştırmak için rastgele bir olasılık örneklemesi yaparak; yatırımcı ilişkileri departmanlarında ve yatırımcı ilişkileri ajanslarında kimlerin çalıştığı, nereden geldikleri ve daha da önemlisi yatırımcı ilişkilerinin bir meslek olarak durumu açısından ne anlama geldiğine ilişkin sorulara cevap aramıştır. Ankete dayalı çalışmanın sonuçlarına göre yatırımcı ilişkileri büyük ölçüde finansal ilkelerin ön planda olduğu bir işlevdir.

Chang vd. (2014) yaptıkları çalışmada Avustralya firmalarındaki yatırımcı ilişkileri açıklaması ile analist tahmin özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Örneklem, 2005 ve

2009 olmak üzere iki örnek yıl için S&P/ASX300 endeksinde işlem gören firmaları kapsamaktadır. Yatırımcı ilişkileri açıklamalarının analistlerin tahmin üretmelerine yardımcı olmak için önemli bir bilgi kaynağı olarak kullandığı, hemen hemen her firmanın web sitesinde yatırımcılarla yakın iletişim halinde olmak için bir yatırımcı ilişkileri bölümü bulunduğu, yatırımcı ilişkileri açıklamalarının, aracılık maliyetlerini ve bilgi asimetrisini azaltmak için etkili bir kurumsal yönetim aracı olarak görüldüğü belirtilmiştir.

Wang vd. (2016) S&P 500 firmalarının Facebook'ta açıklanan yatırımcı ilişkileri hakkındaki bilgi türlerini incelemişlerdir. Araştırma ilk olarak S&P 500 firmalarının %58'inin resmi Facebook hesaplarına sahip olduğunu çok sayıda yatırımcı ilişkileri bilgisinin Facebook'ta yayınlandığını göstermektedir. Kazançlar, kâr ve satışlar gibi finansal bilgiler en yaygın açıklanan bilgi türüdür, ticari bilgiler ise en az bilgi türüdür. Bulgular, Facebook yoluyla açıklanan yatırımcı ilişkileri bilgilerinin analistlerin çıkarımlarıyla olumlu yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Sonuçlar, bir firmanın bilgi ortamında yatırımcı ilişkileri ile ilgili sosyal medya açıklamalarının önemli rol oynadığını göstermektedir.

Rodrigues ve Galdi (2017), yatırımcı ilişkileri faaliyetinin şirket ile piyasa arasındaki bilgi asimetrisini azalttığına dair kanıt olup olmadığını araştırmayı amaçladıkları çalışmalarında Brezilya şirketlerini ele almışlardır. Sonuçlar, daha bilgilendirici yatırımcı ilişkileri web sitelerinin Brezilya'da listelenen şirketlerin alım satım fiyat farkını azaltabildiğini göstermiştir. Bu bulgu, şirketleri, paydaşlara kendilerine ait iyi yapılandırılmış yatırımcı ilişkileri web siteleri hakkında bilgi sağlamaya kuvvetle teşvik etmektedir.

Temizel ve Kostakoğlu (2017) Borsa İstanbul'da işlem gören sigorta sektörü şirketlerini, web tabanlı yatırımcı ilişkileri yönetimi açısından kullanılan araçlar yönüyle Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği'nin hazırladığı Skor Kart'a göre analiz etmiştir. Skor Kart incelemesinde Borsa İstanbul'da işlem gören Sigorta Sektöründe yer alan şirketlerin faaliyet raporu, finansal sonuç açıklama ve web sitesi kategorilerinde derecelendirmeleri yapılmıştır.

Kılınç ve Akyol (2019), yaptıkları çalışmada kurumların yatırımcı ilişkileri web sitelerindeki içeriklerini ele aldıkları çalışmada; açıklık stratejisi açısından "hisse bilgileri", "yıllık raporlar" ve "yönetim kurulu listesi" kategorileri öne çıkmıştır. Güvence stratejisi bağlamında en fazla belirgin olan kategorilerin "kurumsal yönetişim" ve "yıllık raporda CEO mesajı" olduğu saptanmıştır. Araştırmada incelenen kurumların yatırımcı ilişkileri web sitelerinde ilgili paydaşlarla ilişki ve iletişim inşasını daha çok açıklık ve güvence stratejilerinden hareketle yapılandırdıkları sonucuna varılmıştır.

Xu vd. (2021) yatırımcı ilişkilerinin turizm sektöründeki yatırımcı tepkileri üzerindeki etkileri araştırdıkları çalışmada; borsaya kote işletmelerle ilgili kamuoyu bilgilendirmelerini kapsayan verileri değerlendirmiştir. Yatırımcı ilişkilerinin, yatırımcıların kamuoyuyla ilgili

olaylara olumsuz tepkileri azalttığı ve olumsuz olaylar neticesinde düşen hisse senedi fiyatı riskine direnmede olumlu rolü tespit edilmiştir.

4. Araştırma

4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırma, yatırımcı ilişkilerin son yıllarda artan önemine istinaden konunun akademik açıdan çalışmalara ne ölçüde konu edildiğinin tespitine yönelik bir amaçla ortaya çıkmıştır. Bu amaçla önce çalışmada literatür özetine yer verilmiştir. Sonrasında hangi yıllarda, hangi ülkelerde hangi tür yayınların yoğunlukta olduğu gibi sorulardan yola çıkılarak Scopus veri tabanı arama bölümüne "yatırımcı ilişkileri (Yİ)" ("investor relations") arama terimi girilerek (2020 Aralık itibariyle) veriler toplanmıştır. Scopus veri tabanının sunmuş olduğu arayüz imkanları ve MS Excel uygulaması üzerinden analiz gerçekleştirilmiştir.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, belirlenen amaç doğrultusunda Scopus(2020) veri tabanında bibliyometrik analiz yapılmıştır. 1969'da Alan Pritchard yayımladığı bir bilgi notunda 1922'den beri Wyndham Hulme tarafından kullanılagelen "istatistiksel bibliyografi" teriminin matematiksel olarak analizi kapsamadığı sadece istatistiksel bir ifade olduğunu, açıklayıcı olmadığını belirterek yerine "bibliyometrik analiz" teriminin kullanılması gerektiğini ve kendisinin de kullanacağını belirtmiştir (Pritchard, 1969). Sonrasında literatürde kabul gören bu terim yaygınlaşmıştır. İlk yıllarda bu kavramı kullanan Fairthorne'a göre bibliyometrik analiz, yazılan, kaydedilen, ortaya atılan tezin ve onunla ilgili davranışların niteliklerinin nicel olarak ele alınmasını ifade eder (Fairthorne, 1969). Bibliyometrik analiz, ele alınan konudaki çalışmaları çeşitli kriterler kapsamında matematiksel veya istatistiksel bir şekilde analiz ederek incelenmesidir. Ayrıca konuya olan ilgiyi ve o konu kapsamındaki eğilimi, yazarları, yayın türlerini hatta atıfları listelemeyi sağlar (Zeren ve Kaya, 2020, s. 37). Bu amaçlarla kullanılagelen bibliyometrik analiz; yatırımcı ilişkileri ile ilgili yayınları analiz etmek için bu çalışma kapsamında uygun bulunmuş ve Scopus veri tabanı kullanılmıştır.

4.3. Bulgular

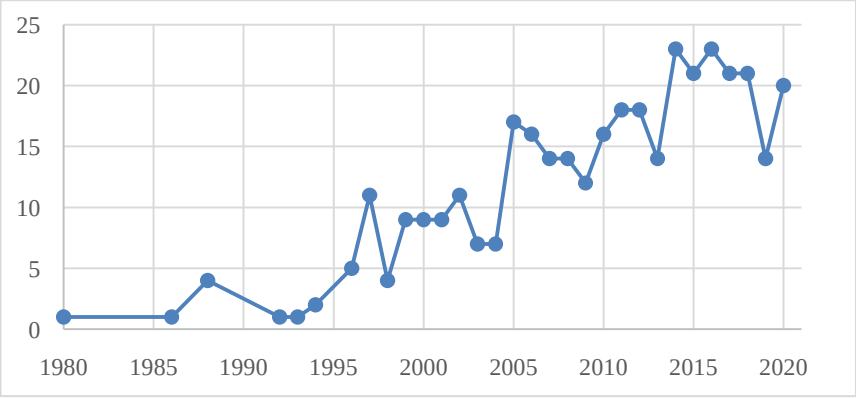
Yatırımcı ilişkileri ile ilgili yayınlara ilişkin bibliyometrik analiz sonuçlarından elde edilen bulgular; yayının yıllara, kategorilerine, yayında belirtilen anahtar kelimelere, yayınlandığı dergi ve konu alanına, yazar ve kurumlarına, ülkelere ve atıflara göre ayrıntılandırılmış ve tablolar halinde sunulmuştur.Bulguların sonuçlarının yer aldığı tablolar ve grafikler Scopus (2020) kaynağındaki veriler kullanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 1. Yıllara Göre Yayın Sayıları

YILLAR	YAYIN SAYISI	YILLAR	YAYIN SAYISI	YILLAR	YAYIN SAYISI
1980	1	2001	9	2012	18
1986	1	2002	11	2013	14
1988	4	2003	7	2014	23
1992	1	2004	7	2015	21
1993	1	2005	17	2016	23
1994	2	2006	16	2017	21
1996	5	2007	14	2018	21
1997	11	2008	14	2019	14
1998	4	2009	12	2020	20
1999	9	2010	16		
2000	9	2011	18	TOPLAM	364

Scopus veri tabanında indekslenen Yİ arama terimi ile ilgili yayınların 1980 yılında başladığı görülmektedir. 1980 ve 2020 arasında veri tabanında yer alan dergilerdeki yayınların sayıları Tablo 1'de yer almaktadır. 1980 yılında tek yayın mevcut olup, 1986'ya kadar geçen yıllarda konuyla ilgili yayın bulunmamaktadır. 1996 yılına kadar yayın yapılan yıllar kesikli devam etmiş, sonrasında her yıl düzenli olarak Scopus veri tabanında yer alan dergilerde konuya ilişkin yayın çıkmıştır.

Grafik 1. Yıllara Göre Yayın Sayıları



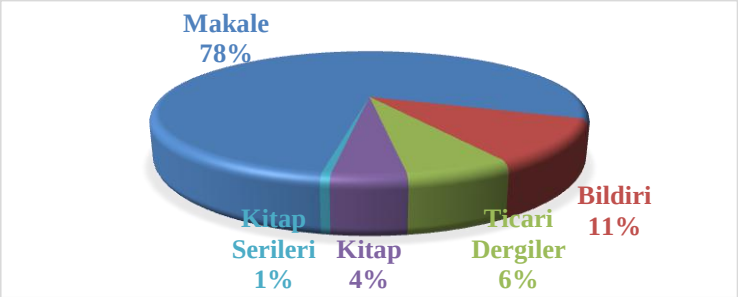
Yıllara göre yayın sayılarına ilişkin gelişme aynı zaman da Grafik 1'de de sunulmuştur. Görüldüğü üzere ilk yıllarda yayın sayısı oldukça düşük seyretmekte iken 2005 yılından itibaren onun üzerinde, 2014 yılından itibaren de 2019 hariç yirmi ve üzerinde gerçekleşmiştir. 1997 ve 2002 yıllarında da o serideki yılların aksine yayınlar onun üzerindedir. Bu bulgular aşağıdaki grafik ile netleştirilebilir.

Tablo 2. Kategorilerine Göre Yayınlar

KATEGORI	SAYI
Makale	283
Bildiri	40
Ticari Dergiler	23
Kitap	16
Kitap Serileri	2
TOPLAM	364

Tablo 2'de yayınların türleri görülmektedir. 283 ile büyük çoğunluğunu makaleler oluşturmaktadır. 40 adet bildiri, 23 adet ticari dergilerde yayın, 16 kitap ve 2 adet de kitap serisi yer almaktadır. Aynı yayınlarla ilgili olarak bu kez yüzdelerin ele alınarak yapıldığı aşağıda yer alan grafikte (Grafik 2.) makale oranının %78 ile tüm yayınlardan fazla olduğu görülmektedir.

Grafik 2. Kategorilerine Göre Yayınlar (%)



Veri tabanında yayın taraması "yatırımcı ilişkileri" şeklinde yapılmış olup, tarama sonucu çıkan 364 yayında kullanılan anahtar kelimeler Tablo 3'te listelenmiştir. Listeye 10 adetten az kullanılan anahtar kelimeler dahil edilmemiştir.

Tablo 3. Anahtar Kelimeler

ANAHTAR KELİMELER	SIKLIK
Yatırımcı İlişkileri	112
Kurumsal Yönetim	31
Yatırımlar	31
İnternet	20
Açıklama	17
Yatırımcılar	17
Halkla ilişkiler	15

İletişim	14
Finansal raporlama	14
Kurumsal iletişim	13
Hissedarlar	12
Gönüllü açıklama	12
İmaj	11
Yatırım	11
Paydaş	11
Reklam	10
Ekonomi	10
Endüstri	10
Asimetrik Bilgi	10
Kurumsal Yatırımcılar	10
Sosyal Medya	10
Web siteler	10

Her yayının içerisinde "yatırımcı ilişkileri" ifadesi yer almakta olup bu ifadeyi anahtar kelime olarak kullanan yayın sayısı 112'dir. "Kurumsal yönetim" ve "yatırımlar" 31 kullanım sayısı ile ikinci sırada yer almaktadır. İlgili yayınlar içerisinde 20 yayında anahtar kelime olarak "internet" yer alırken; "açıklama" ve "yatırımcılar" anahtar kelimeleri 17 yayında yer bulmuştur. Sosyal medya, web siteleri vb. anahtar kelimelerin de yayınlarda anahtar kelimeler olarak yer aldığı görülmektedir.

Tablo 4. Çalışmaların Yayımlandığı Dergiler

Dergi Adı	Sayı
Corporate Communications	15
Corporate Reputation Review	10
Corporate Communications an International Journal	7
Public Relations Review	6
Corporate Governance an International Review	5
International Journal of Strategic Communication	5
Journal of Business Ethics	5
Journal of Communication Management	5
Review of Accounting Studies	5
European Accounting Review	4

International Journal of Business Communication	4
International Journal of Phytoremediation	4
Journal of Public Relations Research	4
Strategic Direction	4
Accounting and Business Research	3
Accounting and Finance	3
Accounting Review	3
Advances in Accounting	3
Corporate Ownership and Control	3
Emerald Emerging Markets Case Studies	3
Gulf of Mexico Newsletter	3
Industry Week	3
Journal of Accounting Research	3
Journal of Business Strategy	3
Management Science	3

Tablo 4'te çalışmaların yayımlandığı dergiler yer almaktadır. Bu listede alan kısıtından ve önemlilik ilkesinden hareketle listede an az 3 yayının yer aldığı dergilere yer verilmiştir. İlk sırayı 15 yayın ile Corporate Communications, ikinci sırayı ise 10 yayın ile Corporate Reputation Review almıştır. Listeden de görüleceği üzere kurumsal iletişim, halkla ilişkiler ve özellikle muhasebe ve işletmecilik alanlarında yayınların yer verildiği dergiler ön plandadır.

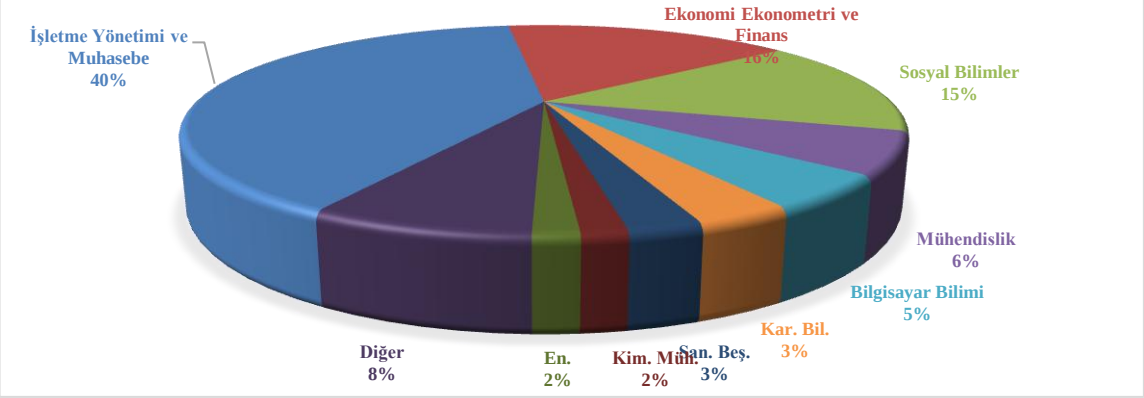
Tablo 5. Araştırma Alanı

ARAŞTIRMA ALANI	SIKLIK
İşletme Yönetimi ve Muhasebe	240
Ekonomi Ekonometri ve Finans	100
Sosyal Bilimler	91
Mühendislik	39
Bilgisayar Bilimi	31
Karar Bilimleri	21
Sanat ve Beşerî Bilimler	16
Kimya Mühendisliği	10
Enerji	10
Çevre Bilimi	9
İlaç	7

Tarım ve Biyolojik Bilimler	6
Dünya ve Gezegen Bilimleri	5
Malzeme Bilimi	5
Matematik	4
Farmakoloji Toksikoloji ve Farmasötik	4
Kimya	3
Multidisipliner	3
Sağlık Meslekleri	1
Fizik ve Astronomi	1

Tablo 5'te Scopus'ta indekslenen yayınların hangi araştırma alanlarıyla ilişkilendirildiği yer almaktadır. Bu analizde bir yayının birden fazla araştırma alanı ile ilişkili olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Grafik 3. Araştırma Alanı (%)



Tablodan ve ilgili grafikten (Grafik 3) de görüleceği üzere yayınların en çok işletme yönetimi ve muhasebe konuları ile ilişkili olduğu (240-%40), ardından ekonomi, ekonometri ve finans alanı ile ilişkili yayınların yer aldığı görülmektedir. Sağlık meslekleri ve fizik/astronomi alanlarından ise birer yayın bulunmaktadır.

Tablo 6. Yazarlar ve Yayın Sayıları

YAZAR ADI	SAYI
Laskin A.V.	10
Marston C.	4
Nel G.F.	4
Bollen L.	3
BrummerL.M.	3
Fieseler C.	3
Gibson D.C.	3
Hassink H.	3
Hoffmann A.O.I.	3
Hoffmann C.P.	3
Hu Y.	3
Lymer A.	3
Qasim A.	3
Xu B.	3

Tablo 6'da tarama sonucu çıkan yayınların yazarlarından 3 ve daha fazla yayın yapanlara yer verilmiştir. Buna göre yatırımcı ilişkileri konusunda 10 adetle en fazla yayın yapan, Alexander V. Laskin'dir.

Tablo 7. Yazarların Kurumları ve Yayın Sayıları

KURUM ADI	SAYI
Quinnipiac University	9
Maastricht University	7
Universiteit van Pretoria	5
Shanghai University of International Business and Economics	5
Stellenbosch University	4
Universiteit van Amsterdam	4
Universität Leipzig	4
Sichuan Normal University	4
Nankai University	4
University of Birmingham	4
Copenhagen Business School	4

The University of Tokyo	4
Aarhus Universitet	4
Newcastle Business School	4
University of Illinois at Urbana-Champaign	3
Emory University	3
University of South Africa	3
Universiti Utara Malaysia	3
INSEAD Europe	3
University of Pennsylvania	3
Goethe-Universität Frankfurt am Main	3
University of Hawai‘i at Mānoa	3
University of Florida	3
Seton Hall University	3
Heriot-Watt University Edinburgh	3
City University of London Cass Business School	3
New York University	3
DePaul University	3
Universität St. Gallen	3
Stockholms universitet	3
The University of New Mexico	3
Rotterdam School of Management Erasmus University	3
Al Ain University	3

Tablo 7’de yazarların yayını yaptığı esnada bağlı olduğu kurumlar verilmiştir. 9 yayın ile Quinnipiac Üniversitesi Alexander V. Laskin’in kurumudur. Maastricht Üniversitesi’nden yazar/ların ise ilgili konuda 7 yayını mevcuttur.

Tablo 8. Yayınların Yapıldığı Ülkeler

ÜLKE	SAYI	ÜLKE	SAYI	ÜLKE	SAYI
ABD	106	Tayvan	4	Avusturya	1
İngiltere	39	Türkiye	4	Şili	1
Çin	24	Birleşik Arap E.	4	Kıbrıs	1
Almanya	21	Hindistan	4	Gana	1
Hollanda	18	Yeni Zelenda	4	Macaristan	1
Japonya	12	Polonya	4	İran	1

Avusturalya	9	Belçika	3	Irak	1
Brezilya	9	Rusya	3	Ürdün	1
İtalya	9	Singapur	3	Meksika	1
Güney Afrika	9	Güney Kore	3	Filipinler	1
Danimarka	8	Bulgaristan	2	Portekiz	1
Fransa	8	Mısır	2	Romanya	1
Malezya	8	Yunanistan	2	Suudi Arabistan	1
İsviçre	8	Hong Kong	2	Sırbistan	1
Kanada	6	İrlanda	2	Tanzanya	1
Finlandiya	6	Kuveyt	2	Tayland	1
İspanya	5	Lübnan	2	Zimbabve	1
İsveç	4	Norveç	2	Ülke bilgisi yok.	37

Tablo 8'de yayınların yapıldığı ülkeler yer almaktadır. Listenin ilk sırasında 106 yayın ile ABD vardır. İkinci sırada 39 yayın sayısı ile İngiltere bulunmaktadır. Sonrasında da 24 yayın ile Çin gelmektedir. 1980-2020 yılları arasında Scopus veri tabanında taranan dergilerde yatırımcı ilişkileri ile ilgili yayınlardan 4'ü ülkemizde yapılmıştır.

Tablo 9. Yıllara Göre Atıf Sayısları

YILLAR	SIKLIK	YILLAR	SIKLIK
2005 öncesi	240	2013	306
2005	85	2014	382
2006	84	2015	318
2007	118	2016	455
2008	176	2017	433
2009	187	2018	617
2010	207	2019	592
2011	275	2020	688
2012	301	TOPLAM	5464

Tablo 9' da ilgili yayınlara yapılan atıfların sayısı yer almaktadır. 2005 ve öncesinde yapılan atıfların sayısı toplam 240 olarak gerçekleşmiştir. 2005 yılında yatırımcı ilişkileri ile ilgili olan yayınlara yapılan atıf sayısı 85 iken; 2020 yılında 688'e ulaşmıştır. Yıllar itibariyle ilgili konuda yapılan yayın sayısı arttıkça atıf sayısının da artması doğal görülmektedir.

Tablo 10. Atıf Listesi

YIL	BAŞLIK	YAZAR(LAR)	DERGI	CILT	S.	ATIF
2002	A re-examination of disclosure level and the expected cost of equity capital	Botosan C.A., Plumlee M.A.	Journal of Accounting Research	40	1	581
1996	Procedural justice in entrepreneur-investor relations	Sapienza H.J., Korsgaard M.A.	Academy of Management Journal	39	3	255
2007	How disclosure quality affects the level of information asymmetry	Brown S., Hillegeist S.A.	Review of Accounting Studies	12	2-3	235
1999	Institutional Sources of Boundary-Spanning Structures: The Establishment of Investor Relations Departments in the Fortune 500 Industrials	Rao H., Sivakumar K.	Organization Science	10	1	201
2001	Corporate social responsibility and financial disclosures: An alternative explanation for increased disclosure	Gelb D.S., Strawser J.A.	Journal of Business Ethics	33	1	168
2013	Crowdfunding social ventures: a model and research agenda	Lehner O.M.	Venture Capital	15	4	163
2012	Investor relations, firm visibility, and investor following	Bushee B.J., Miller G.S.	Accounting Review	87	3	143
2006	In the mirror of the market: The disciplinary effects of company/fund manager meetings	Roberts J., Sanderson P., Barker R., Hendry J.	Accounting, Organizations and Society	31	3	142
2004	The impact of corporate reputation on performance: Some Danish evidence	Rose C., Thomsen S.	European Management Journal	22	2	139
1999	A survey on the use of the Internet for investor relations in the USA, the UK and Germany	Deller D., Stubenrath M., Weber C.	European Accounting Review	8	2	112
2012	Selective Publicity and Stock Prices	Solomon D.H.	Journal of Finance	67	2	104
2004	Communicating corporate responsibility to investors: The changing role of the investor relations function	Hockerts K., Moir L.	Journal of Business Ethics	52	1	98
1999	The Internet as a vehicle for investor relations: the Swedish case	Hedlin P.	European Accounting Review	8	2	98
2005	The strategic communication imperative	Argenti P.A., Howell R.A., Beck K.A.	MIT Sloan Management Review	46	3	89
2006	Transparency and disclosure scores and their	Aksu M., Kosedag A.	Corporate Governance:	14	4	83

YIL	BAŞLIK	YAZAR(LAR)	DERGI	CILT	S.	ATIF
	determinants in the istanbul stock exchange		An International Review			
2005	[Determinants of managerial earnings guidance prior to regulation fair disclosure and bias in analysts' earnings forecasts, Déterminants de l'aiguillage des résultats par ladirection avant l'adoption de la Regulation Fair Disclosure et distorsions dans les prévisions de résultats des analystes]	Hutton A.P.	Contemporary Accounting Research	22	4	69
2006	Measuring and explaining the quality of Internet investor relations activities: a multinational empirical analysis	Bollen L., Hassink H., Bozic G.	International Journal of Accounting Information Systems	7	4	68
2010	Interactive data visualization: New directions for accounting information systems research	Dilla W., Janvrin D.J., Raschke R.	Journal of Information Systems	24	2	63
2011	Disclosure of non-financial information in the annual report: A management-team perspective	Arvidsson S.	Journal of Intellectual Capital	12	2	62
2005	Trust diffusion: The effect of interpersonal trust on structure, function, and organizational transparency	Williams C.C.	Business and Society	44	3	59
2000	Managerial ownership and accounting disclosures: An empirical study	Gelb D.S.	Review of Quantitative Finance and Accounting	15	2	58
2015	Investor communication in equity-based crowdfunding: a qualitative-empirical study	Moritz A., Block J., Lutz E.	Qualitative Research in Financial Markets	7	3	54
2011	On the corporate social responsibility perceptions of equity analysts	Fieseler C.	Business Ethics	20	2	53

Scopus veri tabanında indekslenen makalelerin yine aynı veri tabanındaki yayınlar tarafından atıf alması ile ilgili oluşturulan Tablo 10'da 50'nin üzerinde atıf alan yayınlara yer verilmiştir. Yayınların yayın yılı, başlığı, yazar bilgisi yayınlandığı dergi künye bilgilerinin ve Scopus'ta yer alan atıf sayıları liste halinde sunulmuştur. Tabloda yer alan atıf sayıları değerlendirilirken diğer veri tabanlarında taranan yayınlarda daha fazla atıf almış olması durumu göz ardı edilmemelidir. 2002 yılında yayınlanmış olan Botosan ve Plumlee' e ait akademik çalışmanın

581 farklı yayında atıflandığı görülmektedir. Tabloda 7 yayının 2010 yılından sonra yayınlanan yayınlar olduğu ve 50'nin üzerinde akademik çalışmada atıflandığı da dikkat çekmektedir.

5. Sonuç

Geçmişte mevcut olan işletmeler ile işletme sahipleri/ortakları arasında bilgi akışı, işletme ile üçüncü kişiler arasındaki bilgi akışına ve oradan işletme ve paydaşları arasındaki bilgi akışına hızlı bir şekilde yön değiştirmiştir. Dolayısıyla bilgi akışının ne aracılığı ile sağlandığı da değişmiştir. Finansal tablolar yerini dipnotların önemine binaen geniş bir şekilde yer bulduğu finansal raporlara bırakmıştır. Faaliyet raporları, sürdürülebilirlik raporları, entegre raporlar derken bugün gelinen nokta yatırımcı ilişkileri kapsamında bilgi paylaşımıdır.

Dijitalleşme ile yatırımcı ilişkileri açıklamaları da çok büyük bir oranda şirketlerin internet siteleri vasıtasıyla duyurulmaktadır ve tüm bunlara kolaylıkla ulaşabilen günümüz yatırımcıları bilinçli bir şekilde finansal raporlar yanında bu açıklamaları da dikkate alarak yatırım kararları almaktadırlar.

Bu çalışma, yatırımcı ilişkileri açıklamalarının yatırımcılar bakış açısıyla önemli olduğunun fark edilmesi ile birlikte alanda yapılan çalışmaları listelemek, literatürü ortaya koymak ve en fazla atıf alan çalışmaları tespit etmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Esasen çalışmanın üç yönü bulunmaktadır. İlk olarak özellikle ülkemizde şu ana dek çok kısıtlı olarak yazılan bu konuyu açıklamak; literatürde bu konuda yapılan çalışmaları incelemek ve bir perspektif sunmak; son olarak da önemli bir veri tabanı olan Scopus'ta indekslenen dergilerde konuyla ilgili yer alan çalışmaların özelliklerini ortaya koymaktır. Scopus'ta yapılan bibliyometrik analiz sonucunda konuyla ilgili çalışmalardan atıf alanlar da sıralanmış; daha sonra yapılacak olan çalışmalar için faydalı bir liste ortaya konmuştur.

Scopus veri tabanında "yatırımcı ilişkileri" konusu ile yapılan aramada 1980-2020 yılları arasında 364 yayına ulaşılmıştır. Bu yıllarda en çok yayın sayısı 2014 ve 2016 yıllarındadır. İkisinde de konuyla ilgili 23 yayın yapılmıştır. 1980-1986-1992-1993 yıllarında birer yayın mevcutken 1996 yılına kadar bazı yıllarda konuyla ilgili hiç yayın bulunmadığı tespit edilmiştir.

Ulaşılan 364 yayının %78'inin (283) makale olduğu görülmüştür. Yayınların anahtar kelimelerine bakıldığında "yatırımcı ilişkileri" kelimesinin 112 yayında anahtar kelime olarak kullanıldığı anlaşılmıştır. Yayımlanan dergilere bakıldığında en fazla sayıda yayın yapılan derginin Corporate Communications (15) olduğu görülmüştür.

Yayınların %40'ının işletme yönetimi ve muhasebe alanıyla ilişkili olduğu; konuyla ilgili en çok yayını yapan yazarın Quinnipiac Üniversitesi'nden Alexander V. Laskin olduğu tespit

edilmiştir. En çok yayın yapılan ülkenin ABD olduğu ve ülkemizden de konuya ilişkin 4 yayının Scopus indeksinde yer aldığı tespit edilmiştir. İlgili veri tabanında ilgili konuda en çok atıf alan yayın 2002 yılında Botosan C.A., Plumlee M.A tarafından yazılan, Journal of Accounting Research dergisinde yer alan .581 ile "A re-Examination of Disclosure Level and the Expected Cost of Equity Capital" olmuştur. Bu yayın ve Tablo 10'da listelenen diğer yayınların, konuyla ilgili çalışan/çalışmayı düşünen kişiler için oldukça önemli olduğu düşünülmektedir.

Genel değerlendirmede, literatürde yapılan çalışmaların bir kesiti olarak değerlendirilebilecek bu çalışma ile yatırımcı ilişkileri kavramının akademik alanda gördüğü ilgi düzeyi ve araştırma boyutları tespit edilmiştir. Yatırımcı ilişkileri faaliyetlerinin işletmeler için öneminin artması ile birlikte akademik literatürde de artan bir trendde çalışmalara konu olduğu bu sonuçlar doğrultusunda görülmektedir. Farklı ülke ve kurumlardan birçok araştırmacının konuya ilgi gösterdiği de ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

Abdul Hamid , Fathilatul Zakimi, ve MD Suhaimi MD Salleh. 2005. "The Determinants of the Investor Relations Informationin The Malaysian Companies' Website." *Corporate Ownership & Control* 3/1:173-182.

AbuGhazaleh, Naser M., Kuwait Amer Qasim, ve Jordan Clare Roberts. 2012. "The Determinants of Web-Based Investor Relations Activities By Companies Operating in Emerging Economies: The Case of Jordan." *Journal of Applied Business Research* 28/2: 209-226.

Aktan, Coşkun Can , ve Deniz Elber Börü. 2007. *Kurumsal Sosyal Sorumluluk.* İstanbul: İGİAD Yayınları.

Botosan, C. A., ve M. A. Plumlee. 2002. "A Re-Examination of Disclosure Level and the Expected Cost of Equity Capital." *Journal of Accounting Research* 40/1: 21-40.

Bragg, Steven M. 2010. *Running an Effective Investor Relations Department : A Comprehensive Guide.* John Wiley & Sons, Incorporated.

Chahine, Salim , Gonul Colak, ve Iftekhar Hasan. 2020. "Investor Relations and IPO Performance." *Review of Accounting Studies* 25/2: 474-512.

Chang, Millicent, Liyin Hooi, ve Marvin Wee. 2014. "How Does Investor Relations Disclosure Affect Analysts' Forecasts?" *Accounting and Finance* 54/2: 365-391.

Deller, Dominic, Michael Stubenrath, ve Christoph Weber. 1999. "A Survey on the Use of the Internet for Investor." European Accounting Review 8/2: 351-364.

Dereköy, Feyza. 2015. "Kurumsal Yönetim ve Temel Dinamikleri." *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* 4/1: 31-51.

Desoky, Abdelmohsen M., ve Gehan A. Mousa. 2013. "The Impact of Firm Characteristics and Corporate Governance Attributes On Internet Investor Relations – Evidence From Bahrain." *International Journal of Business and Emerging Markets* 5/2: 119-147.

Dolphin, Richard R. 2003. "Approaches to Investor Relations: Implementation in the British Context." *Journal of Marketing Communications* 9/1: 29-43.

Dolphin, Richard R. 2004. "The Strategic Role of Investor Relations." *Corporate Communications: An International Journal* 9/1: 25-42.

Dziawgo, Danuta. 2012. "Investor Relations & Importance in the Global Financial Market." *Equilibrium Quarterly Journal of Economics and Economic Policy* 7/2: 59-76.

Fairthorne, Robert A. 1969. "Empirical Hyperbolic Distributions (Bradford-Zipf-Mandelbrot)." *Journal of Documentation* 25/4: 319-343.

Geerings, Jorn, Laury H. H. Bollen, ve Harold F. D. Hassink. 2003. "Investor Relations on the Internet: a Survey of the Euronext zone." *European Accounting Review* 12/3: 567-579.

Hoffmann, Christian Pieter, Sandra Tietz, ve Kerstin Hammann. 2018. "Investor Relations – a Systematic Literature Review." *Corporate Communications: An International Journal* 23/3: 294-311.

Hoffmann, Christian Pieter, ve Christian Fieseler. 2012. "Investor Relations Beyond Financials: Non-Financial Factors And Capital Market Image Building." *Corporate Communications An International Journal* 17/2: 138-155.

Karademirlidağ, İdil, ve Ayhan Yılmaz. 2010. "Yatırımcı İlişkileri ve Finansal Halkla İlişkiler Bağlamında Şirketlerin Paydaşlarıyla İletişim Kurma Biçimleri: Web Siteleri Üzerinde Bir İnceleme." *Marmara İletişim Dergisi* 16: 125-144.

Kılınç, Özgür , ve Mevlüt Akyol. 2019. "Halkla İlişkiler Bağlamında İlişki Sürdürme Stratejileri: Yatırımcı İlişkilerinde Web Siteleri Üzerine Bir Analiz." *Selçuk İletişim* 12/2: 656-679.

Laskin, Alexander . 2014. "Investor Relations as a Public Relations Function: A State of the Profession in the United States." *Journal of Public Relations Research* 26/3: 199-214.

Ly, Kosal. 2010. "Investor Relations Level and Cost of Capital: Evidence From Japanese Firms." *Asia-Pacific Journal of Business Administration* 2/1: 88-104.

Marston, C. 1996. "The Organization of the Investor Relations Function by Large UK Quoted." *Omega- The International Journal of Management Science* 24/4: 477-488.

Mongeon, Philippe , ve Adèle Paul-Hus. 2016. "The Journal Coverage of Web of Science and Scopus: a Comparative Analysis." *Scientometrics* 106/1: 213-228.

NIRI. 2020. https://www.niri.org/about-niri (erişildi: 12 18, 2020).

Peasnell, Ken V., Sayjda Talib, ve Steven Young. 2011. "The Fragile Returns to Investor Relations: Evidence From a Period of Declining Market Confidence." *Accounting and Business Research* 41/1: 69-90.

Polishchuk, Yevheniia, Anna Kornyliuk, ve Alla Ivashchenko. 2020. "Investor Relations Tools for Busıness in Smart Specialization Strategy." *Baltic Journal of Economic Studies* 6/4: 133-140.

Pritchard, Alan. 1969. "Statistical Bibliography or Bibliometrics." *Journal of Documentation* 25/4: 348-349.

Rao, Hayagreeva, ve Kumar Sivakumar. 1999. "Institutional Sources of Boundary-Spanning Structures: The Establishment of Investor Relations Departments in the Fortune 500 Industrials." *Organization Science* 10/1: 27-42.

Rodrigues, Sandrielem da Silva, ve Fernando Caio Galdi. 2017. "Investor Relations and Information Asymmetry." *Revista Contabilidade & Finanças* 28: 297-312.

Ryan, Thomas , ve Chad Jacobs. 2004. *Using Investor Relations to Maximize Equity Valuation.* John Wiley & Sons, Incorporated.

Scopus. 2020. https://www.scopus.com/home.uri (erişildi: 12 06, 2020).

Temizel, Fatih. 2010. "Yatırımcı İlişkileri Yönetimi Uygulamaları." *Muhasebe ve Finansman Dergisi* 46 : 175-188.

Temizel, Fatih, ve Fatih Kostakoğlu. 2017. "Web Tabanlı Yatırımcı İlişkileri Yönetimi Uygulamaları: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Sigorta Sektörü Şirketleri Üzerine Bir Analiz." *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/2: 113-124.

Valentine, Daniel R. 2015. *Online Marketing to Investors : How to Develop Effective Investor Relations.*

Vlittis, Adamos, ve Melita Charitou. 2012. "Valuation Effects Of Investor Relations Investments." *Accounting and Finance* 52/3: 941-970.

Wang, Tawei , Hsiao-Lun Lin, ve Ju-Chun Yen. 2016. "How Do Investor Relations Related Disclosures on Facebook Contribute to a Company's Information Environment?" *49th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 1082-1091.

Xu, Mingli, Wei Yang, ve Zhixiong Huang. 2021. "Do Investor Relations Matter in the Tourism Industry? Evidence From Public Opinions In China." *Economic Modelling* 94: 923-933.

Yıldırım, Gonca. 2020. "Halkla İlişkilerde Paydaş Teorisi Perspektifinden Kurum İçi İletişimin Çalışanların Kurumsal Bağlılıklarına Etkisi." *Selçuk İletişim Dergisi* 13/2: 438-470.

Yoshikawa, Toru , ve Eric Gedajlovic. 2002. "The Impact of Global Capital Market Exposure and Stable Ownership on Investor Relations Practices and Performance of Japanese Firms." *Asia Pacific Journal of Management* 19/4: 525-540.

Zeren, Deniz, ve Nagihan Kaya. 2020. "Dijital Pazarlama: Ulusal Yazının Bibliyometrik Analizi." *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/1: 35-52.