

İŞLETME BİLİMİ ÜZERİNE ARAŞTIRMALAR

EDİTÖRLER:

PROF. DR. HASAN UYGURTÜRK

DOÇ. DR. HAKAN VARGÜN

Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief • C. Cansın Selin Temana

Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design • Serüven Yayınevi

Birinci Basım / First Edition • © Aralık 2024

ISBN • 978-625-5552-17-4

© copyright

Bu kitabın yayın hakkı Serüven Yayınevi'ne aittir.

Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz. The right to publish this book belongs to Serüven Publishing. Citation can not be shown without the source, reproduced in any way without permission.

Serüven Yayınevi / Serüven Publishing

Türkiye Adres / Turkey Address: Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 1. Sokak

Ümit Apt No: 22/A Çankaya/ANKARA

Telefon / Phone: 05437675765

web: www.seruvenyayinevi.com

e-mail: seruvenyayinevi@gmail.com

Baskı & Cilt / Printing & Volume

Sertifika / Certificate No: 47083

İŞLETME BİLİMİ ÜZERİNE ARAŞTIRMALAR

EDİTÖRLER:

PROF. DR. HASAN UYGURTÜRK

DOÇ. DR. HAKAN VARGÜN

İÇİNDEKİLER

Bölüm 1

TÜRKİYE'DEKİ HİSSE SENEDİ AĞIRLIKLILIK EMEKLİLİK VE MENKUL KIYMET YATIRIM FONU YÖNETİCİLERİNİN ZAMANLAMA YETENEĞİ

Sümevra Sezer Kaplan, Hasan Uygurtürk.....1

Bölüm 2

BAĞIMSIZ DENETİMİN KALİTE GÖSTERGESİ OLARAK ŞEFFAFLIK RAPORLAMASI: BAĞIMSIZ DENETİM KURULUŞLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Esra Şora, Hakan Vargün15

Bölüm 3

TÜRKİYE VE AZERBAIJAN'DA MİLLİ MARKALAŞMA VE DESTEK PROGRAMLARI

Shovkat Yusifov, Hilal Uygurtürk.....47

Bölüm 4

KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLAMASI

Bekir Korkmaz, Aydın Aslan67

Bölüm 5

KURUMSAL YÖNETİM DERECELENDİRMESİNİN ÖNEMİ VE HALKA AÇIK ŞİRKETLERİN ANALİZİ

Berkim ALYÜZ, Mesut ÖZDEMİR.....89

Bölüm 1

TÜRKİYE'DEKİ HİSSE SENEDİ AĞIRLIKLI EMEKLİLİK VE MENKUL KIYMET YATIRIM FONU YÖNETİCİLERİNİN ZAMANLAMA YETENEĞİ

Sümevra Sezer Kaplan¹

Hasan Uygurtürk²

1 Ar. Gör., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Aktüerya Bilimleri Bölümü, ORCID:0000-0002-7920-9389, sskaplan@karabuk.edu.tr

2 Prof. Dr., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Girişimcilik Bölümü, ORCID: 0000-0002-9252-0155, hasanuygurturk@karabuk.edu.tr

1. Giriş

Piyasa zamanlaması kavramı, portföy yöneticilerinin finansal piyasalardaki hareketleri tahmin etmeye çalışarak portföy varlıklarını etkili bir şekilde yönetme stratejisini ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle piyasa zamanlaması, portföy yöneticilerinin hisse senetleri, kıymetli madenler, emtialar gibi belirli bir varlık sınıfında veya genel piyasada gelecekte oluşabilecek fiyat hareketlerini öngörmeye çalıştıkları ve bu doğrultuda yatırımlarına yön verdikleri bir strateji türüdür.

Piyasa zamanlaması stratejisi, genellikle ekonomik göstergeler, teknik ve temel analiz ile diğer finansal modelleri kullanarak piyasa trendlerini değerlendirmeyi içermektedir. Portföy yöneticileri, gelecekteki piyasa koşullarına göre portföylerindeki varlıkları değiştirerek getiriye artırmayı veya riski azaltmayı hedeflemektedirler. Ancak, piyasa zamanlaması genellikle zorlu bir süreç olarak kabul edilmektedir. Birçok faktör fiyatlar üzerinde etkili olduğundan piyasalardaki fiyat hareketlerinin doğru bir şekilde tahmin edilmesi oldukça zor ve karmaşık olmaktadır.

Piyasa zamanlamasının ön planda olduğu yatırım araçlarından biri yatırım fonlarıdır. Fonlar önemli bir yatırım aracı olarak birçok yatırımcının portföyünü çeşitlendirmek ve uzun vadeli hedeflere ulaşmak için kullandığı finansal araçlardır. Fonlar, pay senetleri, tahviller, kıymetli madenler, para piyasası araçları ve diğer finansal varlıklara çeşitli oranlarda yatırım yaparak getiri sağlamayı amaçlamaktadırlar. Bu kapsamda fonlar, emeklilik planlarından bireysel yatırımcılara kadar geniş bir yatırımcı kitlesine hitap etmektedirler.

Yatırım fonlarında başarılı bir piyasa zamanlaması, yatırımcılara piyasa dalgalanmalarından kaçınma, riskleri minimize etme ve getirileri artırma fırsatı sunmaktadır. Özellikle dalgalı piyasalarda, doğru zamanlama stratejileriyle büyük kayıplardan kaçınılabilmekte ve fon performansı istikrarlı hale getirilebilmektedir. Ayrıca, piyasa zamanlaması yatırımcı güvenini artırarak fonun daha fazla yatırım çekmesine de katkı sağlayabilmektedir. Ancak, doğru piyasa zamanlamadaki zorluklar ve belirsizlikler, bu stratejinin risklerini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla, piyasa zamanlaması doğru uygulandığında yatırım fonları için önemli bir avantaj sağlarken, yanlış tahminler olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir.

Bu çalışmada Türkiye'de işlem gören hisse senedi ağırlıklı emeklilik ve menkul kıymet yatırım fon yöneticilerinin piyasa zamanlama yeteneklerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, çalışmada ilk olarak literatür taramasına yer verilmiş, sonrasında piyasa zamanlaması modelleri ele alınmış ve son olarak da söz konusu modellerin emeklilik ve menkul kıymet yatırım fonlarına uygulanmasıyla elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.

2. Literatür Taraması

Fon yöneticilerinin piyasa zamanlama yeteneklerini belirlemek için gerçekleştirilen çalışmalara ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Chen, Lee, Rahman ve Chan (1992) 87 aylık bir süre boyunca Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) işlem gören 93 yatırım fonunu incelemişler ve beş fonun pozitif piyasa zamanlama yeteneği sergilediğini, 23 fonun ise daha düşük piyasa zamanlama yeteneği gösterdiğini tespit etmişlerdir. Kao, Cheng ve Chan (1998) 97 ABD uluslararası yatırım fonu için uluslararası yatırım fonu yöneticilerinin piyasa zamanlaması ve seçicilik konusundaki yeteneklerini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda yöneticilerin zayıf piyasa zamanlaması yeteneğine sahip olduklarını ancak iyi hisse senedi seçimi yapabildiklerini ifade etmişlerdir. Rao ve Venkateswaralu (1998), fon yöneticilerinin piyasa zamanlama yeteneğini incelemek için Treynor-Mazuy (TM) ile Henriksson-Merton (HM) modellerini kullanmışlar ve yöneticilerin piyasa zamanlama yeteneğine sahip olmadıklarını tespit etmişlerdir.

Raju ve Rao (2009), bir yatırım fonunun başarısında hayati bir unsur olan piyasa zamanlama yeteneğini Hint yatırım fonu yöneticileri ekseninde araştırmışlardır. Fon yöneticilerinin piyasa zamanlama yeteneğini ölçmek için, Treynor-Mazuy ile Henriksson-Merton modellerini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda yatırım fonu yöneticilerinin çoğunun anlamlı bir şekilde herhangi bir piyasa zamanlama faaliyetinde bulunmadığı ifade edilmiştir. Chen, Chuang, Lin ve Lan (2013), çalışmalarında Tayvan'da işlem gören yatırım fon yöneticilerinin piyasa zamanlaması ve hisse senedi seçim yeteneklerine sahip olup olmadıklarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmada Tayvan yatırım fonu yöneticileri için olumsuz piyasa zamanlaması yeteneği ve olumlu hisse senedi seçimi yeteneği konusunda güçlü kanıtlar elde edilmiştir. Söz konusu sonuçlar, Tayvan'daki fon yöneticilerinin piyasa zamanlamasından ziyade hisse senedi seçimine daha yatkın olduğunu ortaya koymuştur. Dhar ve Mandal (2014), fon yöneticilerinin zamanlama yeteneklerini Hint yatırım fonları kapsamında araştırmışlardır. Treynor-Mazuy ve Henriksson-Merton modellerine dayalı fon yöneticilerinin piyasa zamanlama becerilerine ilişkin sonuçlar, fon yöneticilerinin çoğunun incelenen dönemde piyasayı doğru bir şekilde zamanlayamadığını ortaya koymuştur. Musah, Senyo ve Nuhu (2014) Ganadaki yatırım fonu yöneticilerinin seçiciliği ve zamanlama yetenekleri üzerine bir araştırma yapmışlardır. Treynor-Mazuy modeli ile Henriksson-Merton modelinin kullanıldığı çalışma sonucunda, Ganadaki yatırım fonu yöneticilerinin genel olarak hisse senetlerini etkili bir şekilde seçemedikleri ve ayrıca gelecekteki piyasa getirilerini hem büyüklük hem de yön bakımından tahmin edemedikleri ortaya konmuştur.

He, Cao ve Baker (2015) çalışmalarında günlük getiri verilerini kullanarak aktif olarak yönetilen Çin açık uçlu hisse senedi yatırım fonlarının performansını ve piyasa zamanlama yeteneğini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda analiz kapsamına alınan fonların %5'inden daha azının istatistik olarak anlamlı piyasa zamanlaması yeteneğine sahip olduğu belirlenmiştir. Neto, Lobão ve Vieira (2017), araştırmalarında 51 Portekiz yatırım fonunun seçiciliğini ve piyasa zamanlama becerilerini inceleyerek Portekiz fon yöneticilerinin performansını değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Araştırmada elde edilen sonuçlar genel olarak Portekiz yatırım fonlarının seçicilik ve zamanlama becerilerine sahip olmadığını ortaya koymuştur.

Şahin (2017), çalışmasında BİST 30 endeksi fon yöneticilerinin seçme ve zamanlama yeteneğini araştırmıştır. Bu kapsamda 7 adet BİST 30 endeks fonunun 2005-2015 dönemindeki performansı Treynor-Mazuy, Henriksen-Merton ve Jensen-Alfa yöntemleri uygulanarak test edilmiştir. Analiz sonucunda BİST 30 endeksi fon yöneticilerinin seçme ve zamanlama yeteneğinin bulunmadığı belirlenmiştir. Alam ve Ansari (2020), çalışmalarında Hint yatırım fonu yöneticilerinin zamanlama yeteneklerini likidite zamanlaması ve oynaklık zamanlaması açısından ele almışlardır. Çalışma sonucunda fon yöneticilerinin piyasa getiri zamanlaması ve oynaklık zamanlaması ile ilgili güçlü bir kanıt gözlemlenmemiştir. Yakar ve Sevinç (2021), çalışmalarında Türkiye'de işlem gören pay senedi fonlarının performansının zamanlama yeteneği açısından değerlendirilmesini amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda klasik piyasa zamanlaması modelleri uygulandığında; fonların önemli bir kısmının piyasa zamanlama yeteneğine sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

3. Yöntem ve Veriler

3.1. Kuadratik ve Kukla Değişkenli Regresyon Modelleri

Portföy yöneticileri, eğer portföylerinin bileşimlerini piyasa yükselirken veya düşerken zamanında ayarlayabilirlerse piyasayı yenebilirler. Diğer bir ifadeyle, eğer portföy yöneticileri piyasanın düşeceğine inanıyorlarsa, yönettikleri portföylerin içeriğini daha değişken menkul kıymetlerden daha az değişken menkul kıymetlere doğru değiştirirler. Eğer piyasanın yükseleceğini düşünüyorlarsa bu seferde ters yönde pozisyon alırlar (Treynor ve Mazuy, 1966: 132).

Portföy yöneticilerinin zamanlama yeteneklerini belirlemede iki temel yöntem esas alınmaktadır. Bunlardan ilki Treynor ve Mazuy'un (1966) geliştirmiş olduğu Kuadratik Regresyon Modeli, ikincisi ise Henriksson ve Merton (1981) tarafından önerilen Kukla Değişkenli Regresyon Modelidir.

Treynor ve Mazuy (1966) tarafından geliştirilmiş olan model aşağıda yer almaktadır.

$$R_{a,t} - R_{f,t} = \alpha_a + \beta_a (R_{m,t} - R_{f,t}) + C (R_{m,t} - R_{f,t})^2 + e_{at} \quad (1)$$

Eşitlik (1) de $R_{a,t}$ α portföyünün t dönemdeki getirisini, $R_{f,t}$ t dönemdeki risksiz getiri oranını, α_a α portföyünün alfa katsayısını, $R_{m,t}$ t dönemindeki piyasa getirisini, β_a α portföyünün beta katsayısını ve e_{at} t dönemindeki α portföyünün hata payını ifade etmektedir. Eşitlikte, piyasa zamanlaması “C” katsayısı ile ölçülmektedir.

“C” katsayısının pozitif olması, portföy yöneticisinin piyasa hareketlerini doğru bir şekilde tahmin edebildiğini, yönettiği portföyün piyasanın yükselişinden (düşüşünden) önce piyasa duyarlılığını artırabildiğini (düşürebildiğini) ifade etmektedir (Hasan ve Ahsan, 2016: 14).

Zamanlama yeteneğini tahmin etmeye yönelik bir diğer getiri temelli yaklaşım ise Henriksson ve Merton (1981) tarafından geliştirilmiştir. Geliştirilen regresyon modeli Treynor ve Mazuy regresyonuna benzemekle birlikte, Henriksson ve Merton modelinde portföy betasının iki beta arasında geçiş yaptığı varsayılmaktadır. Buna göre piyasanın yükseliş dönemlerinde ($R_m > R_f$) beta katsayısı yüksek riskli varlık yatırımları düşük risklilerden daha fazla getiri sağlarken, piyasanın düşüş dönemlerinde ($R_m < R_f$) de yüksek riskli varlıklar düşük riskli varlıklara göre daha düşük getiri sağlayacaklardır (Tan, 2015: 51; Bodla, 2012: 8). Bu nedenle modelde, başarılı bir piyasa zamanlama yeteneğine sahip yöneticinin yüksek ve düşük piyasa betaları arasında geçiş yapabildiğini ileri sürülmektedir. Söz konusu durum kukla değişken kullanılarak aşağıdaki eşitlik ile tahmin edilebilir:

$$R_{a,t} - R_{f,t} = \alpha_a + \beta_a (R_{m,t} - R_{f,t}) + C [(R_{m,t} - R_{f,t}) D] + e_{at} \quad (2)$$

Eşitlik (2) de yer alan “D” kukla değişkeni olup,

$R_{m,t} > R_{f,t}$ olduğu dönemlerde 1 değerini almakta, tersi durumda ise 0 değerini almaktadır. Eşitlikteki “C” katsayısı ise yöneticinin piyasa zamanlama yeteneğini göstermektedir.

3.2. Veri Seti

Fonlar arasında karşılaştırma yapabilmek için analize dahil edilen fonların benzer içeriğe sahip olması gerekmektedir. Bu kapsamda, emeklilik ve yatırım fon yöneticilerinin zamanlama yeteneklerinin karşılaştırılmasında BİST 100 ve BİST 30 endekslerini temel alan fonlar analize dahil edilmiştir. Buna göre çalışma kapsamına ilgili kategoride Ocak 2021-Ekim 2023 döneminde faaliyette bulunan ve eksiksiz veriye sahip olan 14 emeklilik ve 36 menkul kıymet yatırım fonu alınmıştır. Analiz kapsamındaki 14 emeklilik fonunun 12’sinin karşılaştırma ölçütü BİST 100, 2’sinin karşılaştırma ölçütü ise BİST 30 endeksidir. Çalışmaya dahil edilen 36 menkul kıymet yatırım

fonunun 25'inin karşılaştırma ölçütü BİST 100, 11 fonun karşılaştırma ölçütü ise BİST 30 endeksidir.

Yöneticilerin zamanlama yeteneklerinin belirlenmesinde kullanılan modellerde risksiz getiri oranına ve piyasayı temsilen de karşılaştırma ölçütüne ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışmada risksiz getiri oranı olarak Kurumsal Yatırımcılar Derneği (KYD) O/N net repo endeksi, analiz kapsamına alınan fon gruplarının karşılaştırma ölçütü olarak da BİST 100 ve BİST 30 endeks verileri kullanılmıştır. Çalışmada fonların, risksiz getiri oranının ve karşılaştırma ölçütlerinin haftalık getirileri kullanılarak analiz işlemleri gerçekleştirilmiştir. Haftalık getirilerin hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$R_i = (R_t - R_{t-1}) / R_{t-1} \quad (3)$$

R_i = i fonunun/endeksinin haftalık getirisini,

R_t = i fonunun/endeksinin t dönemindeki haftanın son işlem günü kapanış fiyatını,

R_{t-1} = i fonunun/endeksinin t-1 dönemindeki haftanın son işlem günü kapanış fiyatını ifade etmektedir.

Analiz kapsamındaki fonların tarihsel verileri TEFAS fon bilgilendirme platformundan ve endekslere ait tarihsel veriler ise Borsa İstanbul Datastore'dan elde edilmiştir.

4. Bulgular

Çalışma kapsamında öncelikle karşılaştırma ölçütlerinin (BİST 100 ve BİST 30 endeksleri) ilgili fonlar için uygunluğunun belirlenmesinde korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre, analiz döneminde BİST 100 endeksinin karşılaştırma ölçütü olarak belirlendiği menkul kıymet yatırım fonlarının getirileri ile BİST 100 endeksinin getirileri arasında ortalama 0.95, emeklilik yatırım fonlarının getirileri ile BİST 100 endeksinin getirileri arasında ise ortalama 0.97'lik bir korelasyon katsayısı tespit edilmiştir. Analiz döneminde BİST 30 endeksinin karşılaştırma ölçütü olarak belirlendiği menkul kıymet yatırım fonlarının getirileri ile BİST 30 endeksinin getirileri arasında ortalama 0.97, emeklilik yatırım fonlarının getirileri ile BİST 30 endeksinin getirileri arasında ise ortalama 0.96 değerinde korelasyon katsayısı tespit edilmiştir. Söz konusu değerler BİST 100 ve BİST 30 endekslerinin ilgili yatırım fonları için uygun birer karşılaştırma ölçütü olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 1. *BİST 100 Endeksini Karşılaştırma Ölçütü Alan Menkul Kıymet Yatırım Fonlarının Kuadratik Regresyon Analizi Sonucunda Hesaplanan “C” Katsayıları*

Fon Kodu	“C” Katsayısı	Standart Hata	t Stat	P Değeri	“t” Testi (%5)
IIH	-0.102	0.239	-0.428	0.670	Anlamsız
EC2	-0.063	0.260	-0.243	0.808	Anlamsız
AK3	-0.198	0.183	-1.080	0.282	Anlamsız
EID	-0.189	0.249	-0.756	0.451	Anlamsız
AAV	-0.497	0.211	-2.356	0.020	Anlamlı
TI2	-0.221	0.215	-1.027	0.306	Anlamsız
ICF	-0.471	0.233	-2.022	0.045	Anlamlı
TLH	-0.767	0.384	-1.996	0.048	Anlamlı
NNF	-0.005	0.297	-0.016	0.988	Anlamsız
GAF	-0.168	0.194	-0.868	0.387	Anlamsız
TYH	-0.331	0.196	-1.686	0.094	Anlamsız
YHS	-0.433	0.217	-1.997	0.048	Anlamlı
OPH	-1.396	0.348	-4.015	0.000	Anlamlı
UPH	-0.023	0.208	-0.113	0.910	Anlamsız
ACC	-0.260	0.352	-0.739	0.461	Anlamsız
TLZ	-0.575	0.275	-2.089	0.039	Anlamlı
OHB	-0.040	0.187	-0.212	0.833	Anlamsız
ST1	-0.495	0.380	-1.304	0.194	Anlamsız
OPI	-1.029	0.241	-4.271	0.000	Anlamlı
GHS	-0.362	0.169	-2.142	0.034	Anlamlı
GL1	-0.227	0.262	-0.866	0.388	Anlamsız
TZD	-0.305	0.240	-1.275	0.205	Anlamsız
FYD	0.081	0.214	0.378	0.706	Anlamsız
DZE	0.131	0.056	2.322	0.022	Anlamlı
TKF	-0.249	0.361	-0.690	0.491	Anlamsız

Tablo 1’de yer alan fonların hesaplanan kuadratik regresyon analizi sonuçlarına göre 2 fonun “C” katsayısı pozitif, 23 fonun “C” katsayısı ise negatif olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre 2 menkul kıymet yatırım fonu zamanlama açısından iyi bir performans sergilerken, 23 menkul kıymet yatırım fonu başarılı bir zamanlamaya sahip olamamıştır. Kuadratik regresyon analizi sonuçları %5 önem düzeyinde ele alındığında, hesaplanan “C” katsayılarının 9’u istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Söz konusu 9 fondan 1’i pozitif, 8’i ise negatif değere sahiptir.

Tablo 2. *BİST 30 Endeksini Karşılaştırma Ölçütü Alan Menkul Kıymet Yatırım Fonlarının Kuadratik Regresyon Analizi Sonucunda Hesaplanan “C” Katsayıları*

Fon Kodu	“C” Katsayısı	Standart Hata	t Stat	P Değeri	“t” Testi (%5)
FPH	-0.526	0.343	-1.533	0.128	Anlamsız
KYA	-0.271	0.433	-0.626	0.532	Anlamsız
MMH	0.135	0.108	1.253	0.212	Anlamsız
HVS	-0.805	0.294	-2.742	0.007	Anlamlı
ACK	-0.554	0.323	-1.716	0.088	Anlamsız
YEF	0.056	0.142	0.393	0.695	Anlamsız
AKU	-0.067	0.099	-0.676	0.500	Anlamsız
HBU	0.019	0.071	0.273	0.785	Anlamsız
TIE	-0.076	0.078	-0.977	0.330	Anlamsız
GAE	-0.036	0.072	-0.492	0.623	Anlamsız
AHI	-1.014	0.470	-2.156	0.033	Anlamlı

Tablo 2’deki bilgilerden hesaplanan “C” katsayılarından 3’ünün pozitif, 8’inin ise negatif olduğu anlaşılmaktadır. Hesaplanan “C” katsayılarından 2 tanesi %5 önem düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. “C” katsayıları anlamlı bulunan fonların her ikisi de negatif katsayıya sahiptirler. Dolayısıyla analiz döneminde ilgili fon türünde anlamlı olarak piyasa zamanlamasına sahip herhangi bir fon bulunmamaktadır.

Tablo 3. *BİST 100 Endeksini Karşılaştırma Ölçütü Alan Emeklilik Yatırım Fonlarının Kuadratik Regresyon Analizi Sonucunda Hesaplanan “C” Katsayıları*

Fon Kodu	“C” Katsayısı	Standart Hata	t Stat	P Değeri	“t” Testi (%5)
MHH	0.009	0.173	0.052	0.959	Anlamsız
EIH	-0.153	0.184	-0.829	0.409	Anlamsız
ANS	-0.140	0.184	-0.759	0.449	Anlamsız
BPH	-0.375	0.202	-1.854	0.066	Anlamsız
IEH	-0.399	0.202	-1.973	0.050	Anlamsız
GEH	-0.266	0.163	-1.631	0.105	Anlamsız
BEH	-0.435	0.186	-2.340	0.021	Anlamlı
AZH	-0.437	0.183	-2.392	0.018	Anlamlı
AEH	-0.276	0.198	-1.398	0.164	Anlamsız
AHB	-0.441	0.182	-2.415	0.017	Anlamlı
VEH	0.161	0.178	0.907	0.366	Anlamsız
CHH	-0.150	0.211	-0.709	0.479	Anlamsız

Tablo 3'te yer alan emeklilik yatırım fonlarının hesaplanan kuadratik regresyon analizi sonuçlarına göre 2 fonun "C" katsayısı pozitif, 10 fonun "C" katsayısı ise negatif olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre 2 emeklilik yatırım fonu zamanlama açısından iyi bir performans sergilemiş ancak söz konusu performans istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır. Negatif olarak hesaplanan "C" katsayıları %5 önem düzeyinde ele alındığında 3 fonun katsayısının istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 4. *BİST 30 Endeksini Karşılaştırma Ölçütü Alan Emeklilik Yatırım Fonlarının Kuadratik Regresyon Analizi Sonucunda Hesaplanan "C" Katsayıları*

Fon Kodu	"C" Katsayısı	Standart Hata	t Stat	P Değeri	"t" Testi (%5)
HES	-0.633	0.202	-3.135	0.002	Anlamlı
AH5	-0.648	0.186	-3.479	0.001	Anlamlı

Tablo 4'e göre hesaplanan "C" katsayılarının ikisi de negatif değerlidir. Hesaplanan "C" katsayıları %5 önem düzeyine göre istatistiki olarak anlamlıdır. Bu durum BİST 30 endeksini karşılaştırma ölçütü alan emeklilik yatırım fonlarının analiz döneminde anlamlı olarak başarısız bir piyasa zamanlaması sergilediğini ortaya koymaktadır.

Tablo 5. *BİST 100 Endeksini Karşılaştırma Ölçütü Alan Menkul Kıymet Yatırım Fonlarının Kukla Değişkenli Regresyon Analizi Sonucunda Hesaplanan "C" Katsayıları*

Fon Kodu	"C" Katsayısı	Standart Hata	t Stat	P Değeri	"t" Testi (%5)
IIH	-0.019	0.071	-0.272	0.786	Anlamsız
EC2	-0.032	0.077	-0.411	0.681	Anlamsız
AK3	-0.067	0.054	-1.225	0.223	Anlamsız
EID	-0.071	0.074	-0.955	0.341	Anlamsız
AAV	-0.140	0.063	-2.227	0.028	Anlamlı
TI2	-0.053	0.064	-0.831	0.407	Anlamsız
ICF	-0.122	0.069	-1.756	0.081	Anlamsız
TLH	-0.320	0.113	-2.837	0.005	Anlamlı
NNF	-0.027	0.088	-0.306	0.760	Anlamsız
GAF	-0.057	0.057	-0.986	0.326	Anlamsız
TYH	-0.064	0.059	-1.083	0.280	Anlamsız
YHS	-0.098	0.065	-1.508	0.134	Anlamsız
OPH	-0.419	0.103	-4.055	0.000	Anlamlı
UPH	0.036	0.062	0.590	0.556	Anlamsız

Fon Kodu	“C” Katsayısı	Standart Hata	t Stat	P Değeri	“t” Testi (%5)
ACC	-0.133	0.104	-1.271	0.206	Anlamsız
TLZ	-0.181	0.082	-2.208	0.029	Anlamlı
OHB	-0.026	0.056	-0.466	0.642	Anlamsız
ST1	-0.169	0.113	-1.497	0.137	Anlamsız
OPI	-0.326	0.071	-4.592	0.000	Anlamlı
GHS	-0.064	0.051	-1.260	0.210	Anlamsız
GL1	-0.079	0.078	-1.011	0.314	Anlamsız
TZD	-0.140	0.071	-1.985	0.049	Anlamlı
FYD	-0.002	0.064	-0.031	0.975	Anlamsız
DZE	0.037	0.017	2.205	0.029	Anlamlı
TKF	-0.093	0.107	-0.872	0.385	Anlamsız

Tablo 5’te yer alan fonların hesaplanan kukla değişkenli regresyon analizi sonuçlarına göre 2 fonun “C” katsayısı pozitif, 23 fonun “C” katsayısı ise negatif olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre 2 menkul kıymet yatırım fonu zamanlama açısından iyi bir performans sergilerken, 23 menkul kıymet yatırım fonu başarılı bir zamanlamaya sahip olamamıştır. Kukla değişkenli regresyon analizi sonuçları %5 önem düzeyinde ele alındığında, hesaplanan “C” katsayılarının 7’si istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Söz konusu 7 fondan 1’i pozitif, 6’sı ise negatif değere sahiptir. Dolayısıyla ilgili fon türünde yer alan fonlardan sadece biri anlamlı olarak piyasaya zamanlama yeteneğine sahip olabilmıştır.

Tablo 6. *BİST 30 Endeksini Karşılaştırma Ölçütü Alan Menkul Kıymet Yatırım Fonlarının Kukla Değişkenli Regresyon Analizi Sonucunda Hesaplanan “C” Katsayıları*

Fon Kodu	“C” Katsayısı	Standart Hata	t Stat	P Değeri	“t” Testi (%5)
FPH	-0.168	0.077	-2.174	0.031	Anlamlı
KYA	-0.049	0.098	-0.503	0.616	Anlamsız
MMH	0.026	0.024	1.063	0.289	Anlamsız
HVS	-0.166	0.067	-2.485	0.014	Anlamlı
ACK	-0.172	0.072	-2.378	0.019	Anlamlı
YEF	-0.006	0.032	-0.200	0.841	Anlamsız
AKU	-0.021	0.022	-0.946	0.346	Anlamsız
HBU	-0.003	0.016	-0.200	0.842	Anlamsız
TIE	-0.024	0.018	-1.393	0.166	Anlamsız
GAE	-0.018	0.016	-1.108	0.270	Anlamsız
AHI	-0.226	0.107	-2.124	0.035	Anlamlı

Tablo 6'daki bilgilerden, hesaplanan "C" katsayılarından sadece birinin pozitif değerli olarak elde edildiği anlaşılmaktadır. Hesaplanan "C" katsayılarından 4'ü %5 önem düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. "C" katsayıları anlamlı bulunan fonların tamamı negatif katsayıya sahiptirler. Dolayısıyla analiz döneminde ilgili fon türünde anlamlı olarak piyasa zamanlamasına sahip herhangi bir fon bulunmamaktadır.

Tablo 7. BİST 100 Endeksini Karşılaştırma Ölçütü Alan Emeklilik Yatırım Fonlarının Kukla Değişkenli Regresyon Analizi Sonucunda Hesaplanan "C" Katsayıları

Fon Kodu	"C" Katsayısı	Standart Hata	t Stat	P Değeri	"t" Testi (%5)
MHH	0.043	0.051	0.839	0.403	Anlamsız
EIH	-0.041	0.055	-0.739	0.461	Anlamsız
ANS	-0.036	0.055	-0.664	0.508	Anlamsız
BPH	-0.087	0.060	-1.444	0.151	Anlamsız
IEH	-0.094	0.060	-1.548	0.124	Anlamsız
GEH	-0.047	0.049	-0.952	0.343	Anlamsız
BEH	-0.107	0.056	-1.930	0.056	Anlamsız
AZH	-0.109	0.055	-1.989	0.049	Anlamlı
AEH	-0.106	0.059	-1.810	0.072	Anlamsız
AHB	-0.108	0.055	-1.986	0.049	Anlamlı
VEH	0.028	0.053	0.526	0.600	Anlamsız
CHH	-0.062	0.063	-0.987	0.325	Anlamsız

Tablo 7'de yer alan emeklilik yatırım fonlarının hesaplanan kukla değişkenli regresyon analizi sonuçlarına göre 2 fonun "C" katsayısı pozitif, 10 fonun "C" katsayısı ise negatif değerli olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlara göre 2 emeklilik yatırım fonu zamanlama açısından iyi bir performans sergilemiş ancak söz konusu performans istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır. Negatif değerli olarak hesaplanan "C" katsayıları %5 önem düzeyinde ele alındığında 2 fonun katsayısının istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 8. BİST 30 Endeksini Karşılaştırma Ölçütü Alan Emeklilik Yatırım Fonlarının Kukla Değişkenli Regresyon Analizi Sonucunda Hesaplanan "C" Katsayıları

Fon Kodu	"C" Katsayısı	Standart Hata	t Stat	P Değeri	"t" Testi (%5)
HES	-0.207	0.064	-3.241	0.001	Anlamlı
AH5	-0.211	0.059	-3.593	0.000	Anlamlı

Tablo 8'e göre hesaplanan "C" katsayılarının ikisi de negatif değerlidir. Hesaplanan "C" katsayıları %5 önem düzeyine göre istatistiki olarak anlamlıdır. Bu durum BİST 30 endeksini karşılaştırma ölçütü alan emeklilik yatırım fonlarının analiz döneminde anlamlı olarak başarısız bir piyasa zamanlaması sergilediğini ortaya koymaktadır.

5. Sonuç

Piyasa zamanlaması genel olarak, yatırım stratejilerinde varlıkları alıp satmak için en uygun zamanın belirlenmesini ifade eder. Doğru piyasa zamanlaması, yatırımcıların maksimum kazanç sağlama veya kayıpları en aza indirme olasılığını artırabilmektedir. Bununla birlikte, etkili bir piyasa zamanlaması yapmak son derece zordur ve genellikle karmaşık analiz ve tahminler gerektirmektedir.

Bu çalışmada Türkiye'de işlem gören hisse senedi ağırlıklı emeklilik ve menkul kıymet yatırım fon yöneticilerinin piyasa zamanlama yeteneklerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Ocak 2021-Ekim 2023 dönemini kapsayan çalışmaya karşılaştırma ölçütü olarak BİST 100 ve BİST 30 endekslerini temel alan 14 emeklilik ve 36 menkul kıymet yatırım fonu dahil edilmiştir.

Çalışmada elde edilen kuadratik regresyon analizi sonuçlarına göre, incelenen menkul kıymet ve emeklilik yatırım fonlarının çoğu piyasa zamanlaması açısından yetersiz performans sergilemiştir. Menkul kıymet yatırım fonlarında "C" katsayılarının büyük çoğunluğu negatif değerli çıkarken, %5 önem düzeyinde anlamlı bulunan fonlardan yalnızca 1'inin pozitif değerli olduğu tespit edilmiştir. Emeklilik yatırım fonlarında ise 2 fon pozitif "C" katsayısına sahip olsa da bu performans istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır. Kukla değişkenli regresyon analizi sonuçlarına göre de menkul kıymet ve emeklilik yatırım fonlarının büyük bir kısmı zamanlama açısından yetersiz bir performans sergilemiştir. Menkul kıymet yatırım fonlarında "C" katsayısı %5 önem düzeyinde anlamlı bulunan fonlardan sadece 1'inin pozitif değerli olduğu tespit edilmiştir. Emeklilik yatırım fonlarında ise 2 fon pozitif "C" katsayısına sahip olsa da bu performans istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır.

Çalışmada ulaşılan sonuçlar mevcut/potansiyel fon yatırımcıları, fon yöneticileri, portföy yönetim şirketleri, araştırmacılar ile benzeri kişi ve kurumlar için faydalı bilgiler sağlamaktadır. Buna ilave olarak çalışma sonuçları, yatırım fon yöneticilerinin zamanlama yetenekleri ile ilgili gelecekte yapılacak çalışma sonuçlarıyla karşılaştırma yapabilme olanağı da sağlayabilecektir. Çalışmada tercih edilen dönem aralığının değiştirilmesi ve farklı yöntemlerin kullanılması halinde söz konusu fon yöneticilerinin başarı/başarısızlık durumlarının değişebileceği göz önünde bulundurulmalıdır.

Kaynakça

- Alam, M., & Ansari, V. A. (2020). Mutual Fund Managers' Market Timing Abilities: Indian Evidence. *Journal of Asset Management*, 21, 342–354.
- Bodla, B. S. (2012), Market Timing and Selectivity Skills of Mutual Fund Managers in India: An Empirical Study of Equity Funds, XIII Annual International Conference on Global Turbulence: Challenges & Opportunities May 5-6, 2012 at Bangkok, Thailand.
- Chen, Carl R., Lee Cheng F., Rahman, Shafiqur, & Chan, Anthony (1992), Across Sectional Analysis of Mutual Fund's Market Timing and Security Selection Skill, *Journal of Business, Finance and Accounting*, 19(5), 659-675.
- Chen, D. H., Chuang, C. L., Lin, J. R., & Lan, C. L. (2013). Market Timing and Stock Selection Ability of Mutual Fund Managers in Taiwan: Applying The Traditional and Conditional Approaches. *International Research Journal of Applied Finance*, IV(1), 75-98.
- Dhar, J., & Mandal, K. (2014). Market Timing Abilities of Indian Mutual Fund Managers: An Empirical Analysis. *Decision*, 41, 299–311.
- Hasan, Md. Bokhtiar, & A. F. M. Mainul Ahsan (2016). Can Mutual Funds Outguess the Market: Evidence from Bangladesh? *Journal of Finance and Accounting*, 4(1), 11-19.
- He, W., Cao, B., & Baker, H. K. (2015). The Performance and Market Timing Ability of Chinese Mutual Funds. *Financial Services Review*, 24(3), 289–311.
- Henriksson, R. D., & Merton, R. C. (1981). On Market Timing and Investment Performance. II. Statistical Procedures for Evaluating Forecasting Skills. *The Journal of Business*, 54(4), 513-533.
- Kao, G. Wenchi, Cheng, Louis T.W., & Chan, Kam C. (1998). International Mutual Fund Selectivity and Market Timing During Up and Down Market Conditions, *The Financial Review*, 33(2), 127-144.
- Musah, A., Senyo, D & Nuhu, E. (2014). Market Timing and Selectivity Performance of Mutual Funds in Ghana. *Management Science Letters*, 4(7), 1361-1368.
- Neto, N.M.V., Lobão, J.F.S.S.d.M., & Vieira, E.S. (2017). Do Portuguese Mutual Funds Display Forecasting Skills? A Study on Selectivity and Market Timing Ability. *Studies in Economics and Finance*, 34(4), 597-631.
- Raju, B. P., & Rao, K. M. (2009). Market Timing Ability of Selected Mutual Funds in India: A Comparative Study. *IUP Journal of Applied Finance; Hyderabad*. 15(3), 34-48.
- Rao, K. V., & Venkateswaralu, K. (1998). Market Timing Abilities of Fund Managers- A Case Study of Unit Trust of India, Paper presented at the

Second Capital Market Conference organized by the UTI Institute of Capital Market, Mumbai.

- Şahin, A. (2017). BİST 30 Endeks Fonlarının Seçme ve Zamanlama Yeteneği. *Business and Economics Research Journal*, 8(1), 63-81.
- Tan, O. F. (2015). Mutual Fund Performance: Evidence from South Africa. *Emerging Markets Journal*, 5(2), 48-57.
- Treynor, J., & Mazuy, K. (1966). Can Mutual Funds Outguess the Market? *Harvard Business Review*, 44(4), 131-136.
- Yakar, A., & Sevinç, D. (2021). Türkiye’de Pay Senedi Fonlarının Zamanlama Yeteneğinin Değerlendirilmesi. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 13(25), 833-863.

Bölüm 2

BAĞIMSIZ DENETİMİN KALİTE GÖSTERGESİ OLARAK ŞEFFAFLIK RAPORLAMASI: BAĞIMSIZ DENETİM KURULUŞLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Esra ŞORA¹

Hakan VARGÜN²

1 Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi ORCID ID:0009-0005-1909-8866

2 Doç. Dr., Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü ORCID ID: 0000-0002-7781-0912

* Bu çalışma Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalında hazırlanan ve yayımlanmamış yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

GİRİŞ

Küreselleşme ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, kurumların ulusal ve uluslararası alanda işlem hacimlerinin artması birçok meslekte olduğu gibi denetim mesleğinde de işletme faaliyetlerinin belirli standartlar ve yönetmelik kapsamında yapılmasını gerekli kılmıştır. Bu nedenle denetim faaliyetlerinde kalite ve şeffaflığın sağlanması amacıyla Kamu Gözetimi Kurumu tarafından 26 Aralık 2012 tarihli Resmî Gazete 'de yayımlanan bağımsız denetim yönetmeliğiyle birlikte, bir takvim yılında KAYİK denetimi gerçekleştiren kurumların şeffaflık raporu yayımlamaları ve 5 yıl süreyle web sayfalarında erişime açık tutmaları zorunlu kılınmıştır. Bağımsız denetim yönetmeliği gereğince kurumlar yayımladıkları şeffaflık raporlarında hukuki yapıları, ortaklık yapıları, sermaye yapıları, kilit yöneticileri, organizasyon yapıları, ilişkili olduğu kurumlar, global ağ üyelikleri, gelir durumları, denetçilerin sürekli eğitimleri, denetçilerin bağımsızlıkları, kalite güvence incelemeleri ve kalite kontrol sistemi unsurlarına ilişkin bilgilere açıkça yer vermeleri gerekmektedir. Bu kapsamda bu çalışmanın konusunu denetim kurumlarının şeffaflık raporlarında açıklamaları gereken unsurlar oluşturmaktadır.

Denetim Kalitesi Hakkında Genel Bilgi

Kalite kavramının kökü, Latince kökenli “Qualitas” sözcüğünden gelmekte olup insanların ve sistemlerin hata yapması ve mükemmele ulaşma isteği üzerine ortaya çıkmıştır (Durukan ve İkiz, 2007).

Kalite kavramına yönelik farklı tanımlar bulunmaktadır. Amerikan Kalite Kontrol Organizasyonu tarafından yapılan tanıma göre kalite “Bir malın veya hizmetin tüketicinin isteklerine uygunluk derecesidir.” Amerikan Kalite Kontrol derneği tarafından yapılan tanıma göre ise kalite “Bir mal ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan karakteristiklerin tümüdür.” şeklinde tanımlanmıştır (Şeker, 2015, s. 26).

Kalite, kurumların rakipleri karşısında avantaj sağlaması, satışlarını artırması ve varlıklarını uzun vadeli devam ettirebilmeleri açısından önemli bir yere sahiptir (Bulut, 2021, s. 198). Son yıllarda muhasebe, işletme, hukuk ve bankalar gibi farklı alanda çalışan birçok araştırmacı için uzman denetim kalitesi önemli konulardan biri hâline gelmiştir. Bununla beraber dünyanın çoğunu etkisi altına alan finansal krizler kaliteli denetime olan ihtiyacı da beraberinde getirmiştir (Alzaideen ve Al-Rawash, 2018, s. 51).

Her ne kadar denetim kalitesine yönelik akademik araştırma ve meslek örgütleri tarafından yürütülen çalışmalar bulunsun da denetim kalitesine ilişkin yasal düzenlemelerde veya standartlarda denetim kalitesinin ne olduğuna dair basit ve açık olarak ifade edilen bir tanım bulunmamaktadır (Azgın ve Erdoğan, 2019, s. 34).

Denetim piyasasında yer alan kişilerin beklenti ve ihtiyaçlarının birbirinden farklı ve çelişkili olması denetim kalitesi kavramının ölçülmesini ve kesin bir tanımının yapılmasını daha da zorlaştırmıştır. Literatürde denetim kalitesine yönelik birçok farklı tanım bulunmaktadır (Tanç ve Gökoğlan, 2018, s. 379). Denetim kalitesine yönelik en yaygın tanımlama Linda Elizabeth De Angelo tarafından yapılmıştır. De Angelo denetim kalitesini “bir denetçinin muhasebe sisteminde yer alan bir ihlali tespit etmesi ve tespit edilen bu ihlalin raporlanmasını ortak olasılık” olarak tanımlamaktadır (DeAngelo, 1981, s. 186). De Angelo’ya göre denetim kalitesini etkileyen iki önemli unsur bulunmaktadır. Bu unsurlardan ilki denetçinin muhasebe sisteminde yer alan bir ihlali tespit edebilme yeteneği, diğer unsur ise denetçi bağımsızlığıdır. (DeAngelo, 1981, s. 186).

2003 yılı kasım ayında U.S. General Accounting Office (GAO) tarafından yayımlanan “Zorunlu Denetim Firma Rotasyonunun Potansiyel Etkileri Çalışması” isimli raporda denetim kalitesinin “Denetlenen finansal tabloların ve bunlara ilişkin açıklamaların GAAP’a (Generally Accepted Accounting Principles-Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkelerine) uygun olarak sunulduğu hata ve hileden kaynaklı maddi bir yanlışlık olup olmadığına ilişkin makul bir güvence sağlamak için Genel Kabul Görmüş Denetim Standartlarına (GAAS) uygun olarak gerçekleştirilmesi” şeklinde tanımlaması yapılmıştır (GAO,2003; akt. Yıldız ve Atış, 2022, s. 161).

Denetim kalitesine yönelik farklı tanımlar denetim kalitesine ilişkin farklı özellikleri ortaya çıkartmaktadır. Bu tanımlar bir arada incelendiğinde denetim kalitesine ilişkin olarak mesleki standartlara bağlılık, denetçinin çabası ve denetçi bağımsızlığının önemi üzerinde durulmaktadır (Beard, Johnstone ve Simith, 2010, s. C13).

Denetim Kalitesini Etkileyen Faktörler

Bağımsız denetim faaliyetine etki eden birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar genellikle denetçi ve denetim firmasına yönelik unsurlardır fakat bu unsurlar haricinde denetim kalitesine de etkisi olabilmektedir.

Denetim Kuruluşu Büyüklüğü

Denetim kalitesine etkisi bakımından en çok incelenen ve tartışılan konulardan biri; bazı çalışmalarda “N” büyük olarak adlandırılan dört büyük denetim firması PRICEWATERHOUSECOOPERS, Ernst and Young, Deloitte TOUCH, TOHMATSU ve KPMG gibi bağımsız denetim firmalarının bağımsızlığının sektörde yer alan diğer bağımsız denetim firmalarıyla karşılaştırılmasıdır (Balsarı Kaytmaz ve Varan, 2014).

Literatürde denetim kalitesi ve denetim firması büyüklüğüne ilişkin olarak iki teorik açıklamaya yer verilmektedir. Bu açıklamalardan ilkinde göre büyük denetim firmalarının daha küçük denetim firmalarına göre

daha yüksek itibara sahip olması, daha doğru ve daha kesin denetim raporu yayımlama eğiliminde olmalarını sağlar. Denetçinin düzenlediği raporda hata yapması hem müşteri kaybına hem de denetim ücretinin düşmesi gibi olumsuz sonuçların doğmasına neden olmaktadır. Alternatif olarak ele alınan hipoteze göre ise dava açılmasına karşın daha yüksek servete sahip olan denetçiler daha doğru rapor yayımlama eğilimindedir (Lennox C. S., 1999, s. 780).

Küçük denetim firmalarının kaliteli bir denetim faaliyeti gerçekleştirmemelerinin temel nedeni, daha düşük ücret sebebiyle tercih edilmeleri ve büyük denetim firmalarına yönelik faaliyette bulunamayan riskli küçük firmalar tarafından tercih edilmesidir (Akçay ve Bilen, 2018, s. 240).

Bağımsız Denetim Kuruluşunun Ulusal veya Uluslararası Olması

Uluslararası denetim kuruluşlarının ulusal denetim kuruluşlarına göre daha kaliteli denetim hizmeti sunmalarının temelinde piyasa itibarlarının daha yüksek olması, daha bağımsız davranabilmeleri neticesinde denetçi alımlarında daha nitelikli politikalar uygulayabilmeleri yer almaktadır (Sakin ve Türk, 2019, s. 204).

Bağımsız Denetim kuruluşlarının Kalite Kontrol Sisteminin Bulunması

Bağımsız denetim kuruluşlarının yürürlüğe konulan mevzuat kapsamında bağımsız denetim kuruluşu veya sorumlu baş denetçi tarafından oluşturulan raporların içinde bulunulan şartlara göre hazırlandığına dair kendisine makul güvence sağlayan bir kalite kontrol sistemi oluşturması ve devamlılığını sağlaması gerekmektedir (KKS 1, 2022, s. 6).

Denetim kuruluşları tarafından etkin işleyen bir kalite kontrol sisteminin oluşturulması sisteme yönelik bilgilerin düzenleyici otoritelere rapor edilmesinde ve düzenleyici otoriteler tarafından denetiminin sağlanmasında oldukça önemlidir (Oktay, 2013, s. 54).

Denetim Kuruluşlarında Teknoloji Kullanımı

Denetim kuruluşları günümüz çağının imkânlarından yararlanarak denetim faaliyetlerinde etkinlik ve verimliliği sağlayacak bilgisayar teknolojilerinden faydalanmaları, muhasebe bilgi sistemlerinde yaşanan gelişmeleri takip etmeleri ve denetim faaliyetlerine uygulamaları denetim kalitesine olumlu yönde etki edecektir (Karaaslan, 2019, s. 15).

Bağımsız Denetim Personelinin Kalite Konusunda Bilgilendirilmesi

Kaliteli bir denetim gerçekleştirilmesinde önemli etkenlerden biri de bağımsız denetim kuruluşlarında denetim yapan personelin üst düzey yöneticiler tarafından kaliteli denetim yapma konusunda bilgilendirilmesidir. Fakat kaliteli denetim faaliyetinin gerçekleştirilmesinde en

önemli etken denetim kalitesi anlayışının kuruluş bünyesinde yerleştirilmesidir (Göğer,2006, s. 21).

Bağımsız Denetim Kuruluşunun Yeni Müşteri veya Mevcut Müşteri ile Devamı

Kaliteli denetim faaliyetinin gerçekleştirilmesinde önemli faktörler arasında denetim kuruluşunun yeni müşteri veya mevcut müşteri ile çalışmaya devam edip etmemesi kararı yer almaktadır. Denetim faaliyetinin doğru ve en iyi biçimde tamamlanmasında en önemli etken, denetim kuruluşu ve müşteri işletmenin iş birliği içerisinde olmasıdır (Göğer, 2006).

Denetim kuruluşunun müşteri iş kabulü planı veya bir müşterinin kabul edilip edilmeyeceği ya da mevcut müşteri ile devam edilmesine ilişkin kurallarının bulunması gerekir. Bu kurallar kaliteli denetimin sağlanmasında, riskin yönetilmesinde, düzenleyici gerekliliklerin karşılanmasında çok önemlidir (Güney Bağımsız Denetim ve S.M.M.M. A.Ş. , 2021).

Denetim Kuruluşlarında Örgüt Yapısı

Denetim kuruluşlarında etkin işleyen bir kurumsal yapının bulunması, organizasyon yapılarının kesin ve net olması, çalışan personelin görev ve sorumluluklarının belli olması denetim kalitesinin artırılmasında önemli faktörlerdendir (Kandır ve Ülbeği, 2022, Bölüm 2).

Bağımsız Denetim Kuruluşlarında Denetçi Eğitiminin Önemi

Kaliteli bir denetim hizmetinin sağlanmasında en çok sözü edilen önemli kişiler denetçilerdir. Kaliteli ve doğru bir denetim faaliyetinin sağlanması denetçinin mesleki eğitim yoluyla gerekli teknik bilgi ve beceriyi sağlamasıyla mümkün olabilecektir (Karaaslan, 2019, s. 14).

Temel olarak denetimin değeri, denetçinin sunulan finansal bilgilerdeki yanlışları tespit etmesi, düzeltilmesi ve açığa çıkartmasıyla ortaya çıkmaktadır (Sundgren ve Swanström, 2013).

Bağımsız Denetçiyi Etkileyen Faktörler

Denetçi Bağımsızlığı

Denetim kalitesinin sağlanmasında en temel ilkelerden biri denetçi bağımsızlığıdır. Son yıllarda denetim faaliyetlerinde meydana gelen muhasebe skandalları denetçi bağımsızlığının önemini bir kez daha ortaya koymuştur. Finansal tabloların muhasebe ilkelerine uygunluğu, müşteri işletme tarafından yapılan hata ve hilelerin tespit edilmesi, denetçinin bağımsız ve objektif bir şekilde değerlendirme yapmasıyla mümkün olmaktadır (Akçay ve Bilen, 2018, s. 245).

Denetçinin Sektörel Bilgi ve Tecrübesi

Denetçinin bulunduğu sektörde uzmanlaşmış olması denetim kalitesinin artırılmasında etkili olmaktadır. Sektörde denetim hizmeti veren denetçinin uzmanlığa sahip olması finansal açıklamaların kalitesini artırarak hileli beyan olasılığını azaltmaktadır (Dantas ve Medeiros, 2015).

Bağımsız denetim faaliyetinde kaliteli hizmet sağlanmasında denetçinin mesleki yeterliliği ve sektörel tecrübesinin bulunması çok önemlidir. Çünkü denetim faaliyeti zihinsel bir faaliyet olması dolayısıyla denetçinin denetim sürecinde vereceği kararlarda mesleki yeterliliği ile sektör tecrübesine de gerek duyulmaktadır (Bulğurcu ve Tuan, 2022, s. 120).

Bağımsız Denetime Etki Eden Diğer Faktörler

Mesleki Standartlara Uyum

Denetim faaliyetlerinde kaliteli hizmet sağlanmasında en temel unsurlardan biri mesleki standartlara uyum gösterilmesidir. Düzenleyici otoriteler ve meslek kuruluşları tarafından belirlenen standartlar mesleği icra edenlere denetim faaliyetlerinin nasıl ve hangi şartlarda yürütüleceğine dair yol gösterici niteliktedir. Ayrıca denetim mesleğini icra edenlerin belirlenen standartlara uyum göstermesi denetim kalitesinin artırılmasında önemli etkisi bulunmaktadır (Özger, 2019, s. 57).

Rotasyon Uygulaması

Bağımsız denetim kuruluşlarında rotasyon uygulamasının amacı denetçi ile denetlenen kuruluş personeli arasında çıkar ilişkisi oluşmasının engellenmesidir (Arslan, 2010, s. 206).

Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu'na (IFAC) göre “uzun bir süre denetimde aynı denetçi kullanılması yakınlık tehdidi oluşturmaktadır” (Lennox, Wu ve Zhang, 2014, s.1783). Rotasyon düzenlemelerindeki temel esas denetçinin bağımsızlığına engel olacak durumların önüne geçilerek bağımsızlığın güçlendirilmesidir. Rotasyon uygulamasının denetçi bağımsızlığının artmasında etkili olmakla beraber denetim kalitesinin artırılmasında ve yatırımcıların daha iyi korunmasında etkili olacağı düşünülmektedir (Lennox ve diğerleri 2014, s. 1783).

Denetim kuruluşlarında rotasyonun denetim kalitesine etkisine yönelik birçok çalışma mevcuttur. Yapılan bazı çalışmalarda rotasyon uygulamasının denetim kalitesini artırmada olumlu etki edeceği sonucuna ulaşılırken bazı çalışmalarda olumsuz etki ettiği sonucuna varılmıştır (Şavlı, 2016, s. 40).

Sonuç olarak denetim kuruluşlarında rotasyon uygulamalarına ilişkin olarak iki taraf bulunmaktadır. Denetim kuruluşlarında zorunlu rotasyon uygulamasını savunan taraf, denetlenen kuruluş ile denetçi arasında uzun

vadeli ilişki olmasının denetçi bağımsızlığına zarar vereceğini ve denetim kalitesini olumsuz etkilediğini iddia ederken zorunlu rotasyon uygulamasına karşı olan taraf ise yeni denetçinin bilgi birikiminin daha az olacağı ve denetçi değiştirmenin ek maliyetlere neden olacağını iddia etmektedir (Postma, 2016, s. 14-15).

Denetim Ücreti

Denetlenecek kuruluş için gereken süre ile saat başı ücretin çarpılması sonucu ortaya çıkan tutar, denetim ücreti olarak adlandırılmaktadır (Akçay ve Bilen, 2018, s. 242).

Hoitash ve Barragato tarafından yapılan çalışmada denetçilerin denetim yaptıkları müşteriden yüksek ücret almaları sonucunda genel kabul görmüş muhasebe ilkelerini uygulama olasılıklarının daha düşük olacağı ileri sürülmektedir. Denetçilere ödenen ücretin denetim kalitesine iki önemli etkisi bulunmaktadır. Birincisi denetçiye ödenen yüksek ücret denetçinin daha fazla çaba göstermesini sağlayabilir dolayısıyla denetim kalitesini artırabilir. İkincisi ise, denetçilere özellikle denetim dışı hizmetlerden yüksek ücret ödenmesi, denetçilerin denetlenen müşteriye ekonomik bağlılığını artırır. Denetçi tarafından bu tür finansal güvenin sağlanması kârlı kazanç kaybetme endişesiyle denetim sırasında onun isteksiz sorgulama yapmasına ve denetim kalitesinin düşmesine neden olabilir (Hoitash, Markelevich ve Barragato, 2007, s. 762).

Denetim kuruluşları tarafından denetim yapılacak müşterilere sunulan hizmetlerin kapsamı uzun süredir tartışılan konular arasındadır. Konuyla ilgili önemli tartışmalardan biri de denetim kuruluşlarının denetçilere sunduğu denetim dışı hizmetlerdir. Denetim kuruluşları tarafından denetim dışı hizmetler kapsamında denetçilere ödenen yüksek ücretler denetim firmalarının bağımsızlığını kaçınılmaz olarak bozmakta ve ekonomik bir bağın oluşmasına yol açmaktadır. 2000’li yıllarda meydana gelen ENRON, WORLDCOM gibi muhasebe başarısızlıkları bu duruma örnek olabilecek önemli olaylardandır (Causholli, Chambers ve Payne, 2015, s. 2).

Denetim Komitesi

Gelişmiş ülkelerde 1940’lı yıllardan beri uygulama alanı bulan ve son yıllarda Türkiye’de faaliyet gösteren kurumlardır. Denetim komiteleri yönetim kurulu ile bağımsız denetçi arasında köprü vazifesi görmekte denetim faaliyetinin düzenli şekilde yürütülmesine olanak sağlamaktadır (Terzi, Kıymetli Şen ve Solak, 2014, s. 198).

Literatürde yapılan çalışmalara göre işletmelerde güçlü bir finansal kontrol sağlanması ancak etkin işleyen bir denetim komitesinin varlığı ile mümkün olmaktadır. İşletmelerde etkin ve bağımsız işleyen denetim komitesinin varlığı hileli finansal raporlama olasılığını düşürmektedir. Ayrıca

çalışmalardan elde edilen bulgulara göre aldatıcı finansal tablo hazırlanmasının önüne geçilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Goodwin ve Seow, 2002, s. 199).

Denetim Kuruluşlarının Meslek Kuruluşları ve Düzenleyici Otoriteler Tarafından Denetimi

Denetim faaliyetlerinde yetkilendirilen denetim kurumları ve denetçiler faaliyetlerini yürütürken ilgili mevzuat hükümlerine ve kamu gözetimi kurumu tarafından yayımlanan standartlara uyum sağlamak zorundadırlar. Kaliteli bir denetim faaliyeti denetim kuruluşları ve denetçilerin belirlenen standart ve hükümlere uymaları ile sağlanabilir. 660 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile denetim kuruluşları ve denetçilerin ilgili mevzuat ve hükümlere uyumuna yönelik inceleme, gözetme ve uygulama yetkisi Kamu Gözetimi Kurumuna verilmiştir (Koca, 2019, s. 53).

ŞEFFAFLIK KAVRAMI VE ŞEFFAFLIK RAPORU'NUN ÖNEMİ

Ticari sır niteliğinde ve kamuya açıklanmamış bilgiler dışında, şirketlere yönelik finansal ve finansal olmayan bilgilerin, zamanında doğru eksiksiz, anlaşılabilir, kolayca analiz edilebilir, düşük maliyetle kolay erişilebilir şekilde kamuya açıklanması şeffaflık (Transparency) olarak tanımlanmaktadır (Sarica, 2016, s. 44).

Bağımsız denetim faaliyetlerinde şeffaflık ise bağımsız denetim kuruluşlarının ticari sır niteliğinde ve kamuoyuna açıklanmamış bilgiler dışında kuruluşa yönelik finansal ve finansal olmayan bilgilerin zamanında doğru, eksiksiz, kolay anlaşılabilir ve düşük maliyet kolay erişilebilir şekilde kamuya duyurulmasını ifade etmektedir (Sarica, 2016, s. 44).

Bağımsız denetim kuruluşlarında şeffaflık raporlamasının önemi aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır (Sarica, 2016, s. 44):

- Bir denetim kuruluşunda şeffaflığın sağlanması kuruluşa ve kuruluş tarafından yayımlanan finansal raporlara güveni artırır.
- Yukarıda belirtilen özelliklere sahip denetim kuruluşlarının şeffaflık bilgilerine erişimin bulunması şirketin bugünkü ve gelecekle ilgili durumunun değerlendirilmesinde ve kaynakların daha etkin dağıtılmasında önemli bir yere sahiptir.
- Uluslararası alanda tanınırlık sağlayan denetim kuruluşları, uluslararası alandaki denetim kuruluşlarıyla iletişimi ve sunmuş olduğu raporların uluslararası yatırımcılar, kredi verenler vb. kuruluşların denetim kuruluşuna olan güvenin artmasında etkili olmaktadır.

2020-2021 YILI ŞEFFAFLIK RAPORLARINDA YER ALAN VERİLERİN KARŞILAŞTIRILMASI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Literatür Taraması

Fu vd. (2015), çalışmasında Avustralya da yer alan 21 denetim kuruluşunun yayımladığı 2013 yılı şeffaflık raporlarında belirtilen asgari unsurları incelemiştir. Denetim kurumlarının asgari unsurlara ilişkin açıklamalarının yeterli düzeyde olduğu fakat denetim kalitesini etkileyebilecek iç kalite kontrol sistemi, bağımsızlık uygulamaları, sürekli eğitim, ücretlendirme gibi alanlarda kurumlar arasında farklılıklar olduğu sonucuna varmıştır.

Deumes vd. (2012), çalışmasında 4 AB ülkesindeki (Avusturya, Almanya, Hollanda ve Birleşik Krallık) 103 denetim kurumunun şeffaflık raporlarında yer alan açıklamaların kapsam ve türüne ilişkin farklılıklarını ve denetim kalitesiyle ilişkisini incelemiştir. Şeffaflık raporu açıklamalarında farklılıklar olduğu sonucuna varmışlardır. Deumes vd. tarafından yapılan çalışmada kurumların raporlardaki açıklamaları puanlanmış ve yapılan puanlama sonucunda büyük denetim kurumlarının açıklamalarının diğer kurumlara oranla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Alzaideen ve Al-Rawash (2018), yaptıkları çalışmada farklı sahiplik yapısının (yoğunlaşma ve kurumsal sahiplik) kurumsal borcun denetim kalitesi ile ilişkisini incelemiştir. Çalışma kapsamına 2015-2016 yılları arasında Amman borsasında işlem gören 132 şirketi almışlardır. Çalışmada hem yabancı hem de kurumsal mülkiyete sahip kurumların denetim kalitesini pozitif yönde etkilediği sonucuna varmışlardır. Ayrıca kurumsal borç ve denetim kalitesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir.

YÖNTEM

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden durum analizi tekniği kullanılmıştır. Raporlarda belirtilen unsurlara ilişkin rakamlar ele alınan yıllar kapsamındaki yüzdelik değişim oranları Excel'de hesaplanmış ve analiz sonuçlarına dâhil edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI

Bu çalışmanın amacı Türkiye'de KGK tarafından yetkilendirilen denetim kurumlarının şeffaflık raporlarında belirtmeleri gereken unsurların yeterlilik, etkinlik düzeylerinin incelenmesi ve bağımsız denetim yönetmeliğine uygunluğunun ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Şeffaflık raporları denetim kurumlarının bir takvim yılı içerisindeki denetim faaliyetlerine ilişkin bilgi sunmaları ve raporda sunulan bilgilerin bağımsız denetim yönetmeliği gereğince açık ve eksiksiz bir biçimde ifade edilmesi kuruma ve kurum tarafından sunulan rapora güven duyulması

açısından önemlidir. Bu nedenle şeffaflık raporlarında belirtilmesi gereken hususların yıllar bazında karşılaştırılması kurumun genel durumunu ortaya koymakla birlikte raporların gelişim sürecinde de etkili olacaktır.

BULGULAR VE YORUM

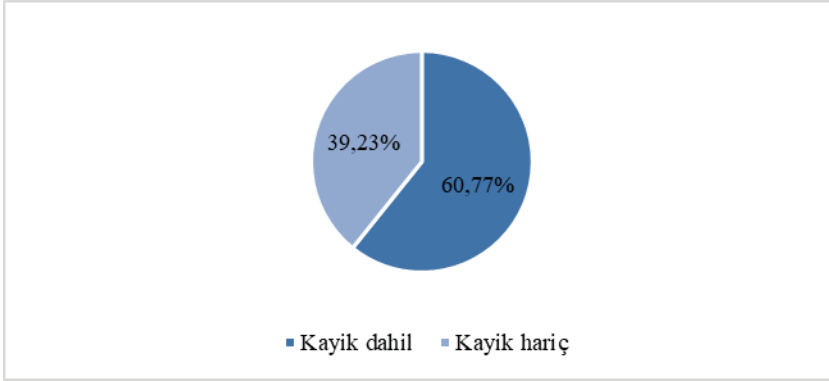
Araştırma kapsamında KAYİK dâhil 164 bağımsız denetim kuruluşunun 2020-2021 yılı şeffaflık raporları yer almaktadır. Yapılan inceleme sonucunda KAYİK denetimi gerçekleştirmemesi sebebiyle denetim kurumlarından 61 tanesi şeffaflık raporu yayımlamamıştır. Bu kuruluşlardan 2020 yılında şeffaflık raporu yayımlayıp 2021 yılında şeffaflık raporu yayımlamayan kuruluş sayısı 5'tir. 2021 yılında rapor yayımlayıp 2020 yılında yayımlamayan kurum sayısı 12'dir. 2 bağımsız denetim kuruluşunun web sayfasına erişim sağlanamamıştır. 1 denetim kurumunun web sayfasına erişim sağlanıp şeffaflık raporuna ulaşılamamıştır. Bu nedenle, incelemeye şeffaflık raporu yayımlayan 83 denetim kurumu dâhil edilmiş diğer denetim kurumları inceleme kapsamına alınmamıştır.

BAĞIMSIZ DENETİM KURULUŞLARINA İLİŞKİN BİLGİLER

Denetim Kurumlarının Yetki Alanlarına Göre Sınıflandırılması

Denetim kuruluşları yetki alanları bakımından KAYİK dâhil ve KAYİK hariç olmak üzere 2 grupta sınıflandırılmaktadır.

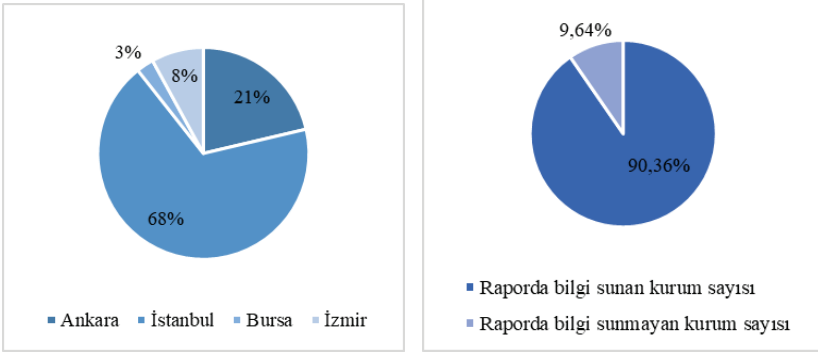
Grafik 1: Yetki alanı yüzdeler dağılımı



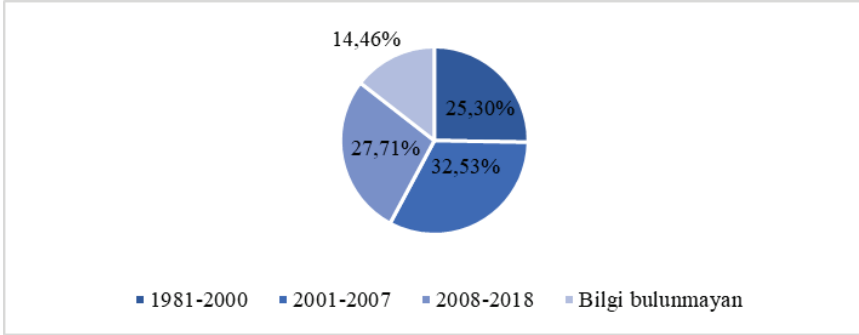
Grafik 1'e göre KGK tarafından yetkilendirilen 418 denetim kurumunun %60,77'sini KAYİK dâhil kurumlar oluştururken %39,23'ünü KAYİK hariç kurumlar oluşturmaktadır.

2020-2021 Yılında şeffaflık raporu yayımlayan denetim kurumlarına ilişkin bilgiler

2020-2021 yıllarında şeffaflık raporu yayımlayan denetim kuruluşlarının merkezlerine ilişkin bilgiler Grafik 2'de açıklanmıştır.

Grafik 2: Merkezi Bilgiler Yüzdelerik Dağılım

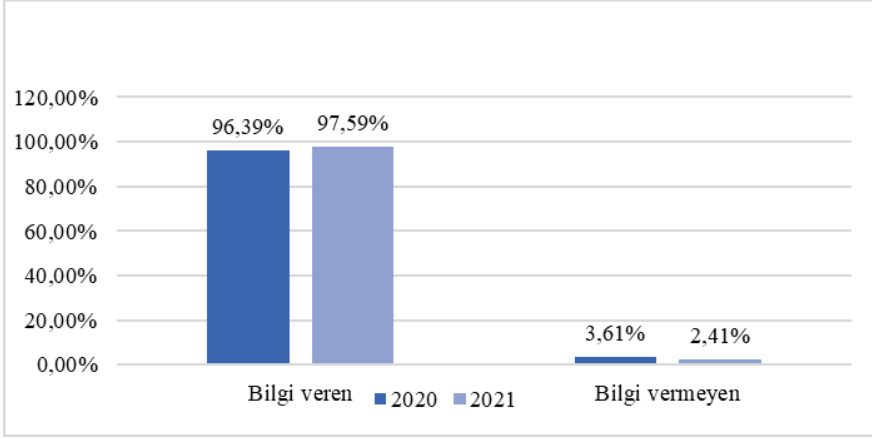
Grafik 2'de görüldüğü üzere; 2020-2021 yıllarında şeffaflık raporu yayımlayan denetim kurumlarının %68'i İstanbul, %21'i Ankara, %8'i İzmir, %3'ü ise Bursa merkezlidir. Şeffaflık raporlarında denetim kuruluşu merkezine ilişkin bilgi sunan kurumlar Grafik 2'de görüldüğü üzere raporda kuruluş merkezine ilişkin bilgi sunan kurumların oranı %90,36 iken raporda bilgi sunmayan kurumların oranı %9,64 tür.

Grafik 3: Kuruluş tarihi yüzdelerik dağılım

Şeffaflık raporlarında kuruluş tarihine ilişkin bilgi sunan kurumlar Grafik 3'te açıklanmıştır. Grafik 3 incelendiğinde denetim kurumlarının %32,53'ü 2001-2007 yılları arasında, %27,71'i 2008-2018 yılları arasında, %25,30'u ise 1981-2000 yılları arasında kurulmuştur. Şeffaflık raporlarında kuruluş tarihine ilişkin bilgi sunmayan kurumların oranı %14,46'dır.

2020-2021 yıllarında sermaye yapılarına ilişkin bilgi sunan ve bilgi sunmayan kurumlar Grafik 4'te açıklanmıştır.

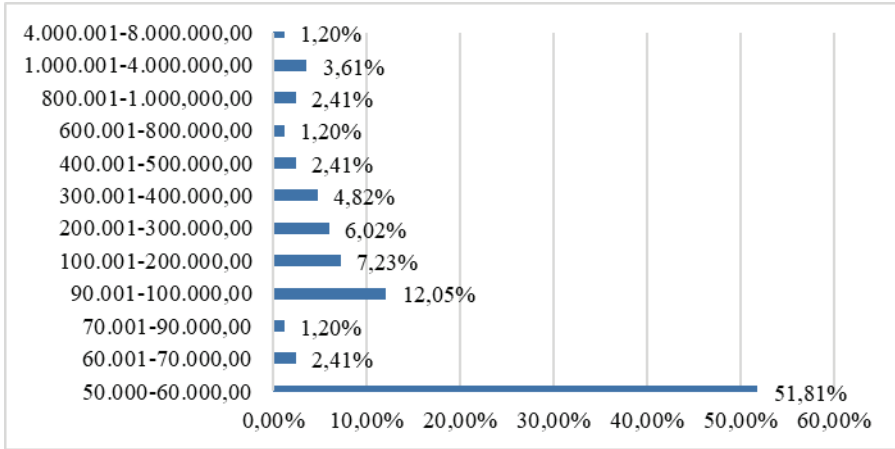
Grafik 4: Sermaye yapısı yüzdelerik dağılım



Grafik 4 incelediğinde 2020 yılında şeffaflık raporunda sermaye yapısına ilişkin bilgi veren kurumların oranı % 96,39 iken 2021 yılında bu oran %97,59'dur. 2020 yılında şeffaflık raporunda sermaye yapılarına ilişkin bilgi sunmayan kurumların oranı %3,61 iken bu oran 2021 yılında %2,41'dir.

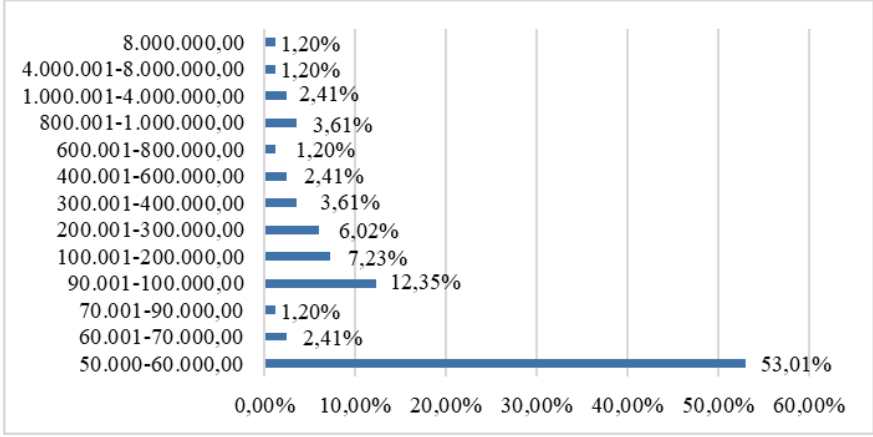
Denetim kurumlarının 2020 yılı sermaye yapılarına ilişkin bilgiler Grafik 5'te açıklanmıştır.

Grafik 5: 2020 Yılı sermaye tutarı yüzdelerik dağılım



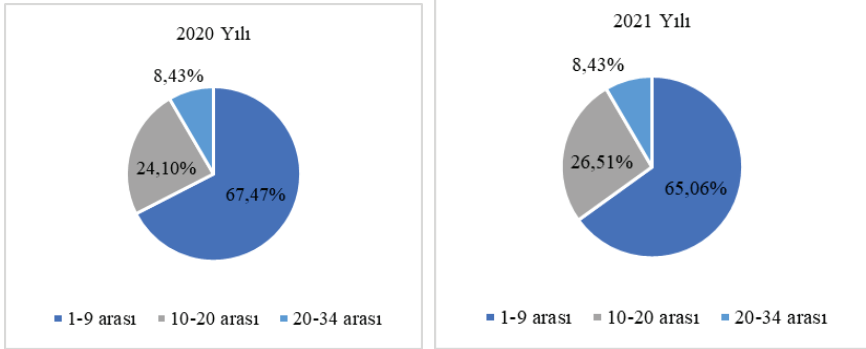
Grafik 5 incelendiğinde 2020 yılında denetim kurumlarının sermayelerinin çoğunluğunun %51,81 oran ile 50.000,00-60.000,00 TL arasında ve %12,05 oran ile 90.001-100.000,00 TL arasında olduğu görülmektedir.

Denetim kurumlarının 2021 yılı sermaye yapılarına ilişkin oranlar Grafik 6'da açıklanmıştır.

Grafik 6: 2021 Yılı sermaye tutarı yüzdelik dağılımı

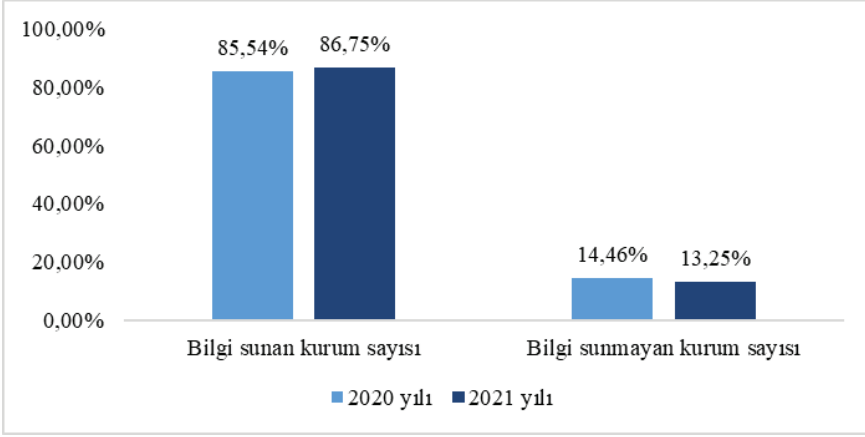
Grafik 6 incelendiğinde 2021 yılında denetim kurumlarının sermayelerinin çoğunluğunun %53,01 oran ile 50.000,00-60.000,00 TL arasında ve %12,35 oran ile 90.001-100.000,00 TL arasında olduğu görülmektedir.

Analize dâhil edilen 83 denetim kurumunun 2020 yılı ortaklık sayılarına ilişkin oranlar Grafik 7'de açıklanmıştır.

Grafik 7: 2020 Yılı ortak sayıları yüzdelik dağılım

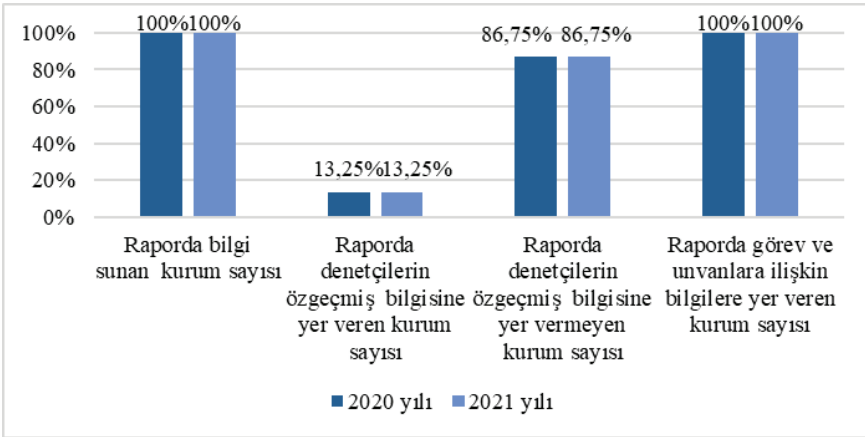
Grafik 7 incelendiğinde denetim kurumlarının 2020 yılı ortak sayılarının %67,47'sinin 1 ile 9 arasında, %24,10'nun 10 ile 20 arasında, %8,43'nün 20 ile 34 kişi arasında olduğu görülmektedir. Grafik 7'ye bakıldığında denetim kurumlarının 2021 yılı ortak sayılarının %65,06'sinin 1 ile 9 arasında, %26,51'inin 10 ile 20 arasında, %8,43'ünün 20 ile 34 kişi arasında olduğu görülmektedir.

2020-2021 yılları şeffaflık raporlarında pay oranlarına ilişkin bilgi veren kurumların yüzdelik dağılımı Grafik 8'de gösterilmiştir.

Grafik 8: 2020-2021 Yılı pay oranı yüzdelerik dağılım

Grafik 8 incelendiğinde 2020 yılı şeffaflık raporlarında pay oranlarına ilişkin bilgi sunan kurumların oranı %85,54 iken 2021 yılında bu oran %86,75'tir. 2020 yılı şeffaflık raporlarında pay oranlarına ilişkin bilgi sunmayan kurumların oranı %14,46 iken bu oran 2021 yılında %13,25'tir.

2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında kilit yönetici ve sorumlu denetçilere ilişkin bilgi sunan kurumlar Grafik 9'da gösterilmiştir.

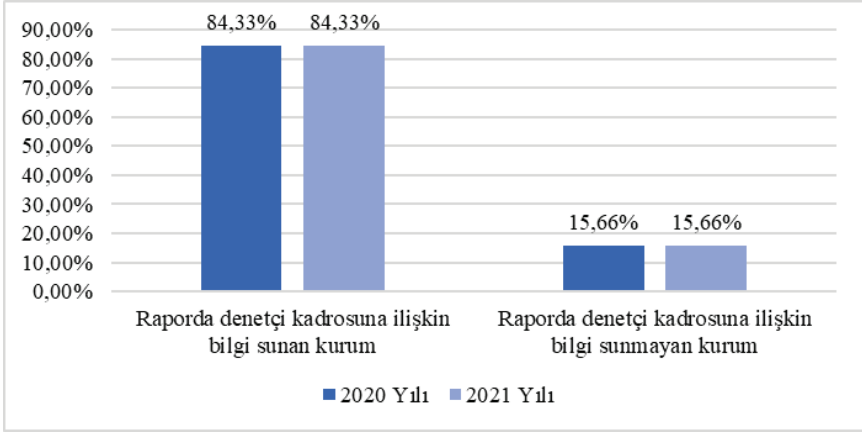
Grafik 9: 2020-2021 Yılı kilit yönetici ve sorumlu denetçilerin yüzdelerik dağılımı

Grafik 9 incelendiğinde 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında kilit yönetici ve sorumlu denetçilere ilişkin bilgi sunan kurumların oranı %100'dür. 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında denetçilerin görev ve ünvanlarına ilişkin bilgi sunan kurumların oranı %100'dür. İnceleme kapsamında 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında denetçilerin özgeçmiş bilgisine yer veren kurumların oranı %13,25 iken 2020-2021 yılı raporlarında denetçilerin

özgeçmiş bilgisine yer vermeyen kurumların oranı %86,75'tir. Grafik 9'da görüldüğü üzere denetim kurumlarının çoğunluğu 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında denetçilerin özgeçmiş bilgisine yer vermemiştir.

2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında denetim kadrosuna ilişkin bilgi veren kurumlar Grafik 10'da açıklanmıştır.

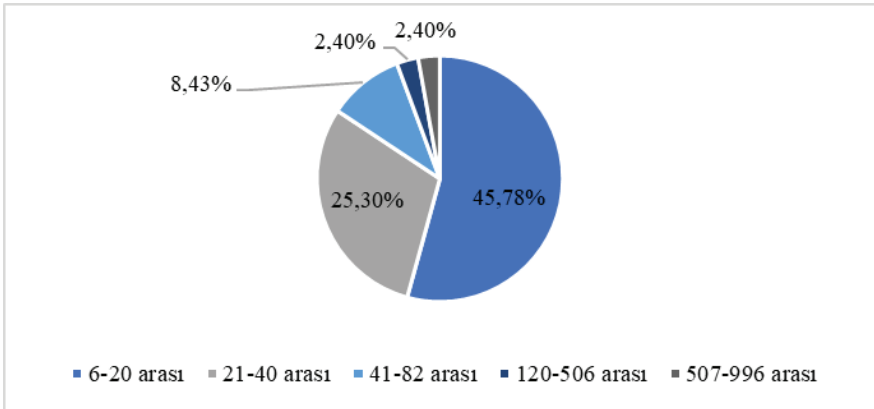
Grafik 10: 2020-2021 Yılı denetim kadrosunun yüzdeler dağılımı



Grafik 10 incelendiğinde 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında denetim kadrosuna ilişkin bilgi veren kurumların oranı %84,33 iken 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında denetçi kadrosuna ilişkin bilgi sunmayan kurumların oranı %15,66'dır.

Kurumların 2020 yılı denetim kadrosu personeline ilişkin oranlar Grafik 11'de açıklanmıştır.

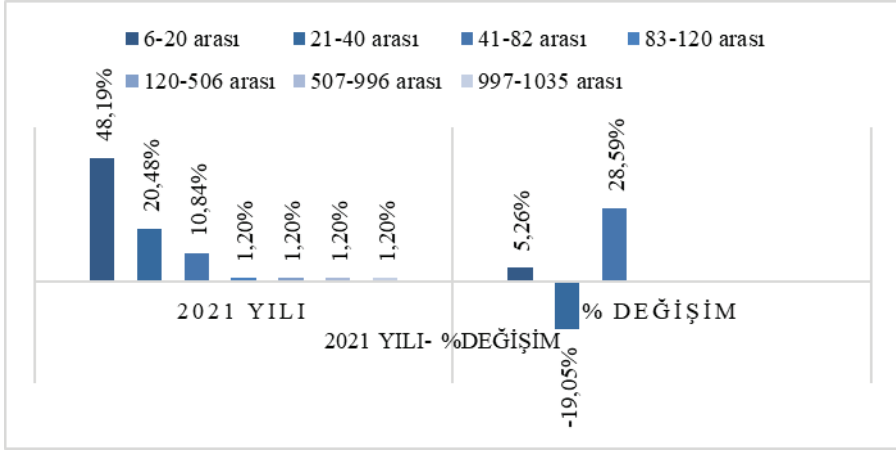
Grafik 11: 2020 Yılı denetim kadrosu personel analizi yüzdeler dağılımı



Grafik 11 incelendiğinde kurumların 2020 yılı denetim kadrosunun %45,78'inin 6 ile 20, %25,30'nun 21 ile 40, %8,43'nün 41 ile 82, %2,40'nın 120 ile 506, %2,40'nın 507 ile 996 kişi arasında olduğu gözlemlenmiştir.

Kurumların 2021 yılı denetim kadrosu verileri ve yüzdelerik değişim oranları Grafik 12'de açıklanmıştır.

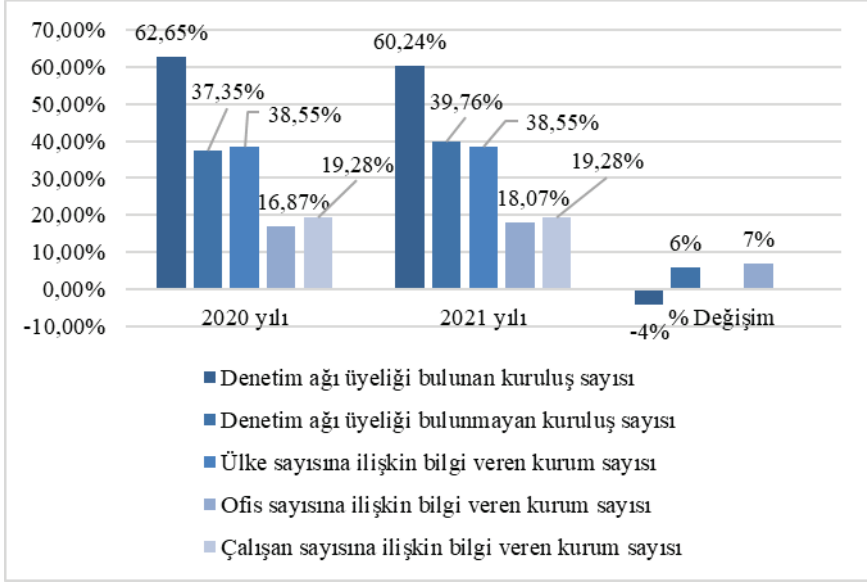
Grafik 12: 2021 Yılı denetim kadrosu personel analizi ve değişim oranları



Grafik 12 incelendiğinde kurumların 2021 yılı denetim kadrosunun %48,19'u 6 ile 20, %20,48'i 21 ile 40, %10,84'ü 41 ile 82, %1,20'si 83 ile 120 arası, %1,20'si 120 ile 506, %1,20'si 507 ile 996, %1,20'sinin ise 997 ile 1035 kişi arasında olduğu gözlemlenmiştir.

2021 yılı denetim kadrosu 6 ile 20 kişi arası olan grupta 2020 yılına göre %5,26'lık bir değişim oluşurken denetim kadrosu 21 ile 40 kişi arasında olan grupta %19,05'lik, 41 ile 82 kişilik grupta %28,59'luk bir değişim meydana geldiği gözlemlenmiştir.

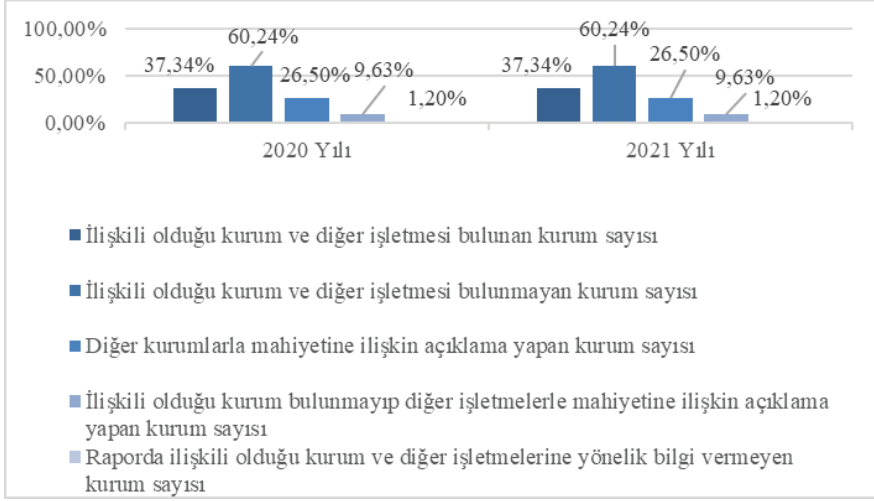
Kurumların denetim ağı üyeliğine ilişkin 2020-2021 yılı şeffaflık raporu verileri Grafik 13'te yer almaktadır.

Grafik 13: 2020-2021 Yılı denetim ağı üyeliği yüzdelik dağılımı

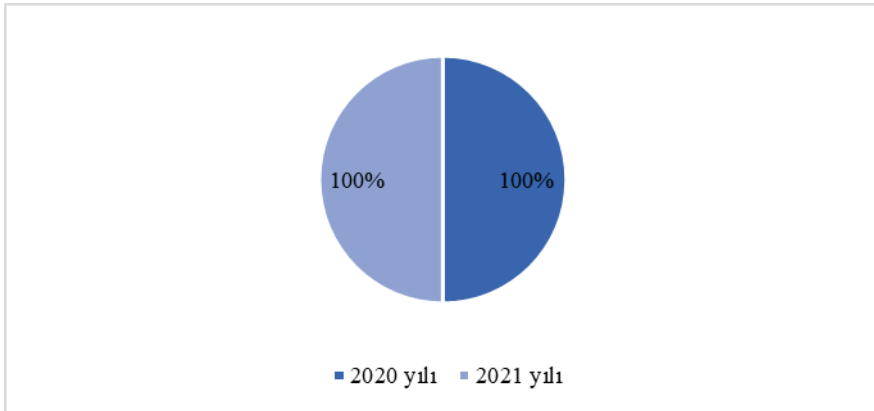
Grafik 13 incelendiğinde 2020 yılı denetim ağı üyeliği bulunan kurumların oranı %62,65 iken bu oran 2021 yılında %60,24'tür. Denetim ağı üyeliği bulunmayan kurumların dağılımı incelendiğinde 2020 yılı oranı %37,35 iken bu oran 2021 yılında %39,76'dır. Yer aldığı global ağın bulunduğu ülkelere ilişkin bilgi sunan kurumların dağılımı incelendiğinde 2020-2021 yılı oranlarının %38,55 olduğu görülmektedir. Grafik 13'e göre şeffaflık raporlarında yer aldığı global ağın ofis sayısına ilişkin bilgi sunan kurumların oranı 2020 yılında %16,87 iken bu oran 2021 yılında %18,07'dir. Şeffaflık raporlarında bulunduğu ağın çalışan sayısına ilişkin bilgi sunan kurumların dağılımı incelendiğinde 2020-2021 yılı oranlarının %19,28 olduğu görülmektedir.

Grafik 13'e göre denetim ağı üyeliği bulunan kurumların 2021 yılı oranında 2020 yılı oranına göre %-4'lük bir değişim olduğu görülmektedir. Denetim ağı üyeliği bulunmayan kuruluşların 2021 yılı oranında 2020 yılı oranına göre %6'lık bir değişim olmuştur. Grafik 13 incelendiğinde yer aldığı denetim ağının ofis sayısına ilişkin bilgi veren kurumların sayısında 2020 yılı oranına göre 2021 yılında %7'lik bir değişim meydana gelmiştir.

Denetim kurumlarının ilişkili olduğu diğer işletmeler ve bu işletmelerle mahiyetine ilişkin 2020-2021 yılı verilerine ilişkin bilgiler Grafik 14'te açıklanmıştır.

Grafik 14: 2020-2021 Yılı ilişkili denetim kurumları ve diğer işletmelerle mahiyeti yüzdelerik dağılım

Grafik 14 incelendiğinde 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında ilişkili olduğu kurum ve diğer işletmesi bulunan kurumların oranı %37,34 iken 2020-2021 yılı raporlarında ilişkili olduğu kurum ve diğer işletmesi bulunmayan kurumların oranı % 60,24'tür. 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında ilişkili olduğu diğer işletmelerine yönelik bilgi sunmayan kurumların oranı %1,20'dir. Grafik 14'e bakıldığında ilişkili olduğu kurum bulunmayıp diğer işletmelerle mahiyetine ilişkin açıklama yapan kurumların 2020-2021 yılı oranlarının %9,63 olduğu görülmektedir. 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında diğer işletmeler ile mahiyetine ilişkin açıklama yapan kurumların oranının %26,50 olduğu gözlemlenmiştir.

Grafik 15: 2020-2021 Yılı kalite güvence sistemi yüzdelerik dağılım

2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında kalite güvence incelemelerine ilişkin bilgi veren kurumların yüzdelik dağılımı Grafik 15'te açıklanmıştır. Grafik 15'teki veriler incelendiğinde 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında kalite güvence incelemelerine ilişkin bilgi veren kurumların oranı %100'dür.

Denetim kurumlarının 2020-2021 yılı KAYİK sayıları Tablo 1'de açıklanmıştır. 4 büyük denetim kuruluşuna ilişkin değerler vurgulanmıştır.

Tablo 1: KAYİK denetimine ilişkin rakamlar

Denetim Kurumu	2020 Yılı KAYİK Sayısı	2021 Yılı KAYİK Sayısı
A1 YMM Bağımsız Denetim AŞ	10	10
AAC Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	3	KAYİK denetimi yok.
Abaküs Bağımsız Denetim	5	4
AG YMM	27	28
Akademik Bağımsız Denetim AŞ	10	10
Aksis uluslararası Bağımsız Denetim Şirketi	7	9
AKT Bağımsız Denetim YMM	1	1
Aktan Bağımsız Denetim YMM	KAYİK denetimi yok.	KAYİK denetimi yok.
Anıl YMM Bağımsız Denetim AŞ	3	4
Arılar Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	3	2
Artı Uluslararası Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	KAYİK denetimi yok.	KAYİK denetimi yok.
AS Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	2	4
Ata Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	24	26
Avrasya Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	2	KAYİK denetimi yok.
AYK Bağımsız Denetim Danışmanlık AŞ	1	1
Bakış YMM	1	1
Ban-den Bağımsız Denetim	3	4
BD Bağımsız Denetim YMM	1	1
BDD Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	31	3
BDO Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	48	62
Birleşik Ekol Bağımsız Denetim	7	9
C&Ç Bağımsız Denetim ve Yönetim Danışmanlığı AŞ	1	4
CNS Bağımsız Denetim AŞ	11	14
Consulta Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	5	6
Çözüm Ünlüer Bağımsız Denetim ve YMM	KAYİK denetimi yok.	KAYİK denetimi yok.
CPA Bağımsız Denetim Danışmanlık	11	6
Crowe Olgu Bağımsız Denetim	2	2
Denge Ankara Bağımsız Denetim YMM AŞ	5	7
Denge Bağımsız Denetim SMMM AŞ	21	9
DMF Sistem Uluslararası Bağımsız Denetim Danışmanlık AŞ	3	2
DMR Bağımsız Denetim Danışmanlık	1	2
DRT Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	152	193
Ecovis Değer Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	9	3

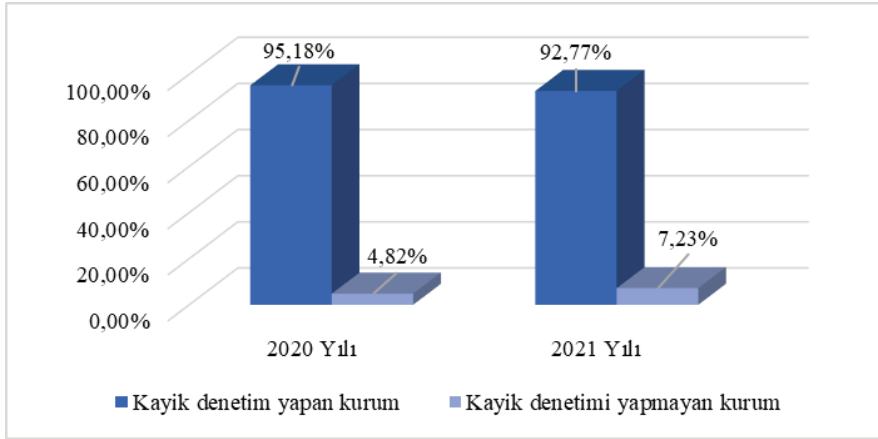
Edit Bağımsız Denetim Hizmetleri AŞ	5	7
Elit Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	6	4
Finansal Eksen Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	5	6
Görüş Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	2	4
GRC Bağımsız Denetim AŞ	3	3
Güncel Bağımsız Denetim Danışmanlık ve YMM AŞ	7	11
Güney Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	463	538
Gürel YMM Bağımsız Denetim Hizmetleri AŞ	37	49
HSY Danışmanlık ve Bağımsız Denetim AŞ	21	25
İBD İstanbul Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	1	1
İDA Bağımsız Denetim AŞ	2	1
IHY Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	2	5
İrfan Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	8	12
Işık Ymm ve Bağımsız Denetim AŞ	4	4
İtimat Bağımsız Denetim AŞ	11	10
Karar Bağımsız Denetim Danışmanlık	19	10
Karden Partners Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	2	1
Karma Bağımsız Denetim AŞ	2	2
Kavram Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	3	5
Köker Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	3	3
KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	171	467
Lidya Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	5	3
Lisans Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	1	1
MBK Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	1	1
Mega Global	9	1
Mercek Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	12	12
Meridyen Kurumsal Çözüm ve Bağımsız Denetim AŞ	5	5
Mgl Denetim	4	9
Note Office Uluslararası Bağımsız Denetim Danışmanlık ve YMM AŞ	3	6
Öncü YMM	1	1
Özer Bağımsız Denetim	1	1
Aday Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	18	23
PWC Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	477	593
Rasyonel Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	1	1
Reanda Aren Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	3	5
Reform Bağımsız Denetim AŞ	11	10
Rehber Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	11	10
Report Bağımsız Denetim AŞ	5	16
Arkan Ergin Uluslararası Bağımsız Denetim AŞ	42	52
Ser&Berker Bağımsız Denetim AŞ	13	11
Sun Bağımsız Denetim	3	3
TTK Denetim	1	6
Türkerler Bağımsız Denetim YMM AŞ	KAYİK denetimi yok.	KAYİK denetimi yok.

Ulusal Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	9	13
Uluslararası Bağımsız Denetim AŞ	4	6
Vezin Bağımsız Denetim AŞ	3	4
Vizyon Grup Bağımsız Denetim AŞ	12	8
Yeditepe Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	35	51
YKY Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	1	1
Yorum YMM ve Bağımsız Denetim AŞ	3	3

Tablo 1 incelendiğinde denetim kurumlarının bir önceki yılda hizmet verdiği KAYİK sayıları yer almaktadır. Tablo 1'e göre KAYİK denetimlerinin çoğunluğunun big4 olarak adlandırılan 4 büyük denetim kuruluşu DRT, EY (Güney Bağımsız Denetim SMMM AŞ) KPMG, PWC tarafından yerine getirildiği gözlemlenmiştir.

Tablo 1'de yer alan 2020-2021 yılı KAYİK hizmeti veren denetim kurumlarına ilişkin veriler incelendiğinde araştırma kapsamında yer alan kurumların tamamı şeffaflık raporlarında kayik denetimlerine yer vermişlerdir.

Grafik 16: 2020-2021 Yılı KAYİK denetimi yüzdeler dağılım



Grafik 16 incelendiğinde 2020 yılı KAYİK hizmeti veren denetim kurumlarının oranı %95,18 iken 2021 yılında bu oran %92,77'dir. 2020 yılında KAYİK hizmeti vermeyen kurumların oranı %4,82 iken 2021 yılında bu oran %7,23'tür.

Denetim kurumlarının 2020-2021 yılı sürekli eğitim saatlerine ilişkin veriler Tablo 2 'de açıklanmıştır.

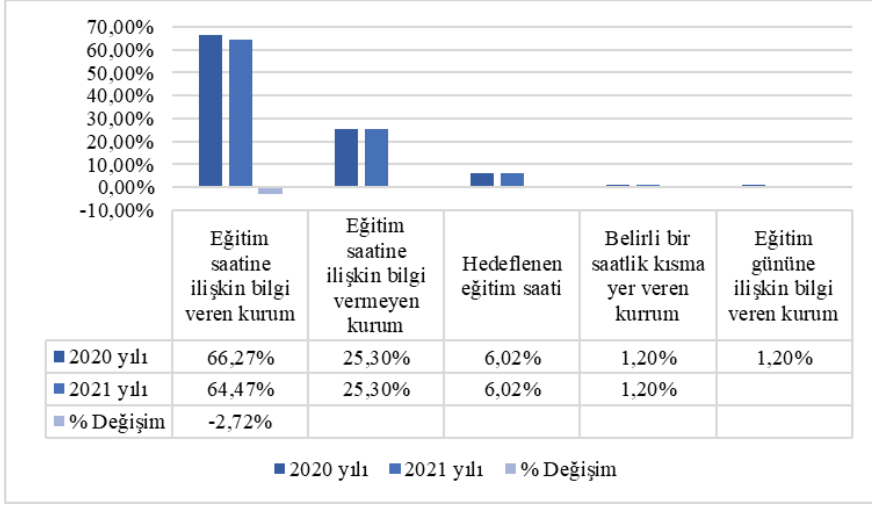
Tablo 2: Denetim kurumları eğitim saati analizi

Denetim kurumu	2020 yılı toplam Eğitim saati	2021 yılı toplam Eğitim saati
A1 Ymm Bağımsız Denetim AŞ	Saat yok	Saat yok
AAC Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	108	108
Abaküs Bağımsız Denetim	84	84
AG YMM	297	297
Akademik Bağımsız Denetim AŞ	En az 50 saatlik	En az 50 saatlik
Aksis Uluslararası Bağımsız Denetim Şirketi	155	152
AKT Bağımsız Denetim YMM	Saat yok	Saat yok
Aktan Bağımsız Denetim YMM	Saat yok	Saat yok
Anıl Ymm Bağımsız Denetim AŞ	544	558
Arılar Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	104	92
Artı Uluslararası Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	En az 20 saat	En az 20 saat
AS Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	239	236
Ata Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	223	195
Avrasya Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	Saat yok	Saat yok
AYK Bağımsız Denetim Danışmanlık AŞ	7	7
Bakış YMM	Saat yok	Saat yok
Ban-Den Bağımsız Denetim	91	63
BD Bağımsız Denetim YMM	210	210
BDD Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	Saat yok	Saat yok
BDO Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	272	74,95
Birleşik Ekol Bağımsız Denetim	Saat yok	Saat yok
C&Ç Bağımsız Denetim ve Yönetim Danışmanlığı AŞ	Saat yok	Saat yok
CNS Bağımsız Denetim AŞ	228	224
Consulta Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	63	28
Çözüm Ünlüer Bağımsız Denetim ve YMM	Saat yok	Saat yok
CPA Bağımsız Denetim Danışmanlık	153	153
Crowe Olgu Bağımsız Denetim	Saat yok	Saat yok
Denge Ankara Bağımsız Denetim YMM AŞ	360	546
Denge Bağımsız Denetim SMMM AŞ	248,95	384,99
DMF Sistem Uluslararası Bağımsız Denetim Danışmanlık AŞ	Saat yok	Saat yok
DMR Bağımsız Denetim Danışmanlık	Saat yok	Saat yok
DRT Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	343	564
Ecovis Değer Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	200	200
Edit Bağımsız Denetim Hizmetleri AŞ	57	46
Elit Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	68	71
Finansal Eksen Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	95	102
Görüş Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	Yok	445
GRC Bağımsız Denetim AŞ	49	62
Güncel Bağımsız Denetim Danışmanlık ve YMM AŞ	62	25,5
Güney Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	1018,5	737,6
Gürel YMM Bağımsız Denetim Hizmetleri AŞ	114	132
HSY Danışmanlık ve Bağımsız Denetim AŞ	200 saat az	200 saatten az
İBD İstanbul Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	Saat yok	Saat yok
İDA Bağımsız Denetim AŞ	64	64
IHY Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	419	253

İrfan Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	64	47
Işık YMM ve Bağımsız Denetim AŞ	216	239
İtimat Bağımsız Denetim AŞ	75	70
Karar Bağımsız Denetim Danışmanlık	Saat yok	Saat yok
Karden Partners Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	39 gün	279
Karma Bağımsız Denetim AŞ	40	61
Kavram Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	246	178
Köker Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	23 saatlik kısım	7 saatlik kısım
KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	511,75	610,05
Lidya Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	168	168
Lisans Bağımsız Denetim ve Danışmanlık AŞ	Saat yok	Saat yok
MBK Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	Saat yok	Saat yok
Mega Global	154	154
Mercek Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	82	157
Meridyen Kurumsal Çözüm ve Bağımsız Denetim AŞ	14	14
Mgl Denetim	1765	Saat yok
Note Office Uluslararası Bağımsız Denetim Danışmanlık ve YMM AŞ	100	145
Öncü YMM	379	207
Özer Bağımsız Denetim	Saat yok	Saat yok
Aday Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	260	260
PWC Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	662	734
Rasyonel Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	1.287	60
Reanda Aren Bağımsız Denetim ve SMMM AŞ	105	120
Reform Bağımsız Denetim AŞ	En az 20 saat	En az 20 saat
Rehber Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	15,5	15,5
Report Bağımsız Denetim AŞ	Saat yok	Saat yok
Arkan Ergin Uluslararası Bağımsız Denetim AŞ	134	196
Ser&Berker Bağımsız Denetim AŞ	80	43
Sun Bağımsız Denetim	140	84
TTK Bağımsız Denetim	94	98
Türkerler Bağımsız Denetim YMM AŞ	Saat yok	Saat yok
Ulusal Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	200 saat amaçlanan	200 saat amaçlanan
Uluslararası Bağımsız Denetim AŞ	450	450
Vezin Bağımsız Denetim AŞ	53	65
Vizyon Grup Bağımsız Denetim AŞ	209	297
Yeditepe Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	154	104
YKY Bağımsız Denetim ve YMM AŞ	Saat yok	Saat yok
Yorum YMM ve Bağımsız Denetim AŞ	450	87

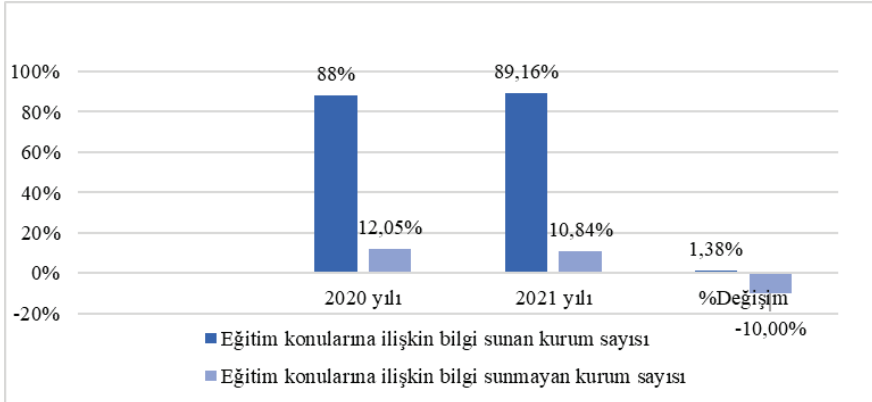
Tablo 2 incelendiğinde denetim kurumlarının çoğunluğunun şeffaflık raporlarında sürekli eğitim saatine ilişkin bilgilere yer verdikleri görülmektedir.

2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında eğitim saatlerine yönelik bilgi veren kurumların yüzdelik dağılımları Grafik 17'de gösterilmiştir.

Grafik 17: 2020-2021 Yılı sürekli eğitim saati yüzdeler dağılımı

Grafik 17 incelendiğinde 2020 yılı şeffaflık raporlarında eğitim saati-ne ilişkin bilgi veren kurumların oranı %66,27 iken 2021 yılında bu oran %64,47'dir. Grafik 17'ye bakıldığında şeffaflık raporlarında eğitim saatine ilişkin bilgi veren kurumların 2020 yılına göre 2021 yılı oranında %-2,72'lik bir değişim olduğu gözlemlenmiştir. Grafik 17'ye göre 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında eğitim saatine ilişkin bilgi vermeyen kurumların oranı %25,30'dur.

Grafik 17 incelendiğinde 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında denetim kuruluşlarının %6,02'lik kısmının hedeflenen eğitim saatini belirttiği, %1,20'lik kısmının eğitim saatlerinin belirli bir süresine yer verdiği, %1,20'lik kısmının ise eğitim gününe ilişkin bilgiye yer verdiği gözlemlenmiştir.

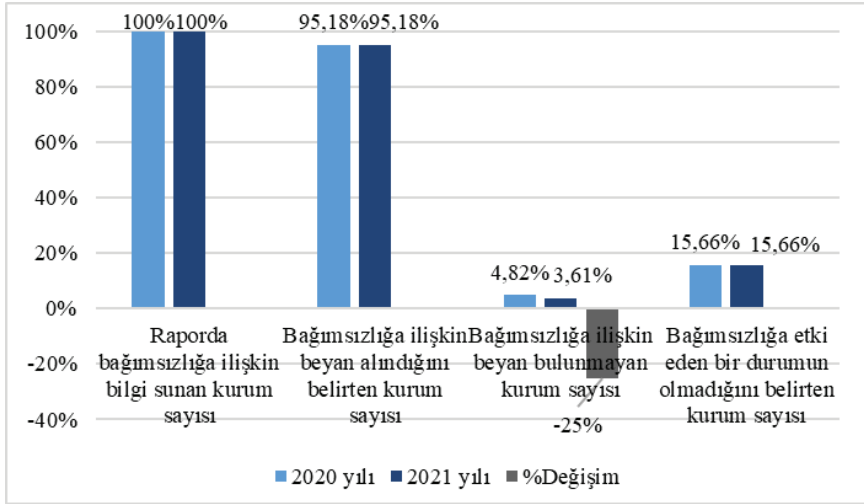
Grafik 18: 2020-2021 Yılı sürekli eğitim konu yüzdeler dağılımı

Grafik 18'e göre 2020 yılı şeffaflık raporunda sürekli eğitim konularına ilişkin bilgi veren kurumların oranı %88 iken 2021 yılında bu oran %89,16'dır. Grafik 18 incelendiğinde 2020 yılı şeffaflık raporlarında sürekli eğitim konularına ilişkin bilgi vermeyen kurumların oranı %12,05 iken bu oran 2021 yılında %10,84'tür.

2020-2021 şeffaflık raporlarından elde edilen veriler kapsamında Grafik 18'e bakıldığında 2020 yılı şeffaflık raporlarında sürekli eğitim konularına ilişkin bilgi veren kurumların oranında %1,38'lik bir artış olurken 2021 yılında %-10'luk bir değişim olduğu gözlemlenmiştir.

Bağımsız Denetim Yönetmeliği Ve Kalite Kontrol Standardı gereğince bağımsız denetim kuruluşları her denetim faaliyetinden önce yılda 1 kez denetçilerin denetim faaliyetlerini yerine getirirken bağımsızlık ilkerine uygun olarak davranacağına dair yazılı taahhüt almaları ve alınan taahhüdün TDS'lere uygun olduğunu ve gerçeği yansıttığını beyan etmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda analize dâhil edilen 83 denetim kurumunun 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarından bağımsızlığa ilişkin elde edilen veriler Grafik 19'da açıklanmıştır.

Grafik 19: 2020-2021 Yılı bağımsızlık yüzdeleri dağılımı

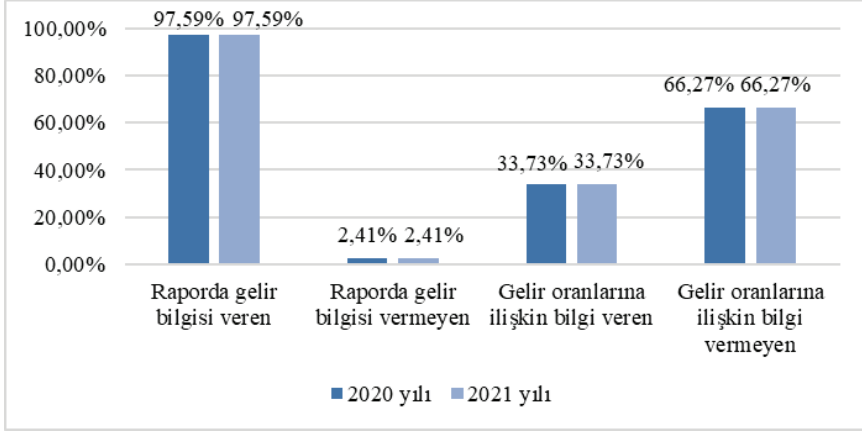


Grafik 19 incelendiğinde 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında bağımsızlığa ilişkin bilgi sunan kurumların oranı %100'dür. 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında bağımsızlık ilkelere uyulduğuna dair yazılı beyan alındığını belirten kurumların oranı %95,18'dir. Grafik 19'a göre 2020 yılı şeffaflık raporlarında bağımsızlık beyanı alındığını belirtmeyen kurumların oranı %4,82 iken 2021 yılında bu oran %3,61'dir. 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında bağımsızlığa etki eden bir durumun olmadığını belirten kurumların oranı %15,66'dır.

Grafik 19'a bakıldığında 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında bağımsızlığa ilişkin beyan belirtmeyen kurumların oranında %-25'lik bir değişim olduğu gözlemlenmiştir.

2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında gelir dağılımı ve gelirlerin toplam gelirler içerisindeki oranlarına ilişkin bilgi veren kurumların yüzdeleri Grafik 20'de açıklanmıştır.

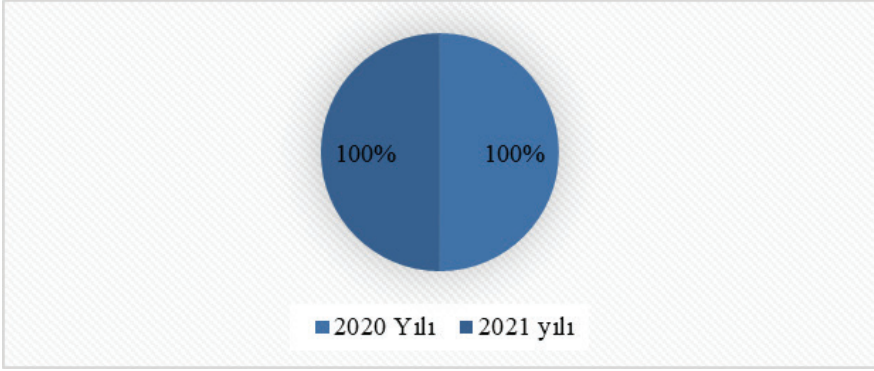
Grafik 20: 2020-2021 Yılı gelir yüzdeleri dağılımı



Grafik 20 incelendiğinde 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında gelirin bilgisine ilişkin bilgi veren kurumların oranı %97,59 iken şeffaflık raporlarında gelirin bilgisine ilişkin bilgi sunmayan kurumların oranı %2,41'dir.

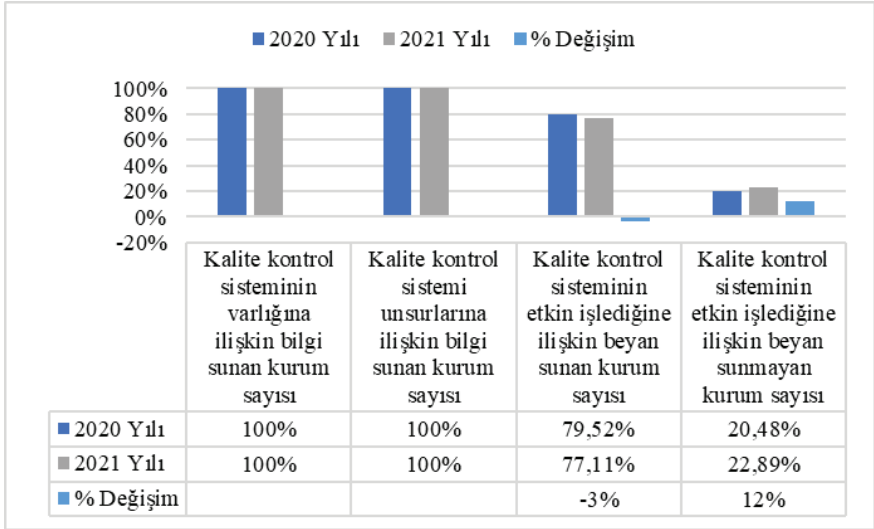
Grafik 20'ye göre 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında gelirlerin toplam gelirler içerisindeki yüzdeleri oranlarına ilişkin bilgi veren kurumların oranı %33,73 iken bilgi vermeyen kurumların oranı %66,27'dir.

Bağımsız denetim kuruluşlarının şeffaflık raporlarında belirtmesi gereken önemli unsurlardan biri denetçilerin ücretlendirilmesidir. Bu kapsamda analize edilen 83 denetim kurumunun 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarından elde edilen veriler grafik 21'de açıklanmıştır.

Grafik 21: 2020-2021 Yılı ücret yüzdelerinin dağılımı

Grafik 21'e göre 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında denetçilerin ücretlendirilmesine ilişkin bilgi sunan kurumların oranı %100'dür.

Denetim faaliyetlerinin etkin ve kaliteli bir şekilde yürütülebilmesinin temel unsurlarından biri, etkin işleyen bir kalite kontrol sistemidir. Bağımsız Denetim Yönetmeliği ve Kalite Kontrol Standardı gereğince denetim kurumlarının kalite kontrol sistemi kurmaları ve bu sistemin etkin işlediğini şeffaflık raporlarında belirtmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda analize dâhil edilen 83 denetim kurumunun 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarından elde edilen bilgiler Grafik 22'de açıklanmıştır.

Grafik 22: 2020-2021 Yılı kalite kontrol sistemi

Grafik 22 incelendiğinde 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında kalite kontrol sisteminin varlığına ilişkin bilgi sunan kurumların oranı %100'dür. 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında kalite kontrol sistemi unsurlarına

ilişkin bilgi sunan kurumların oranı %100'dür. Grafik 22'ye göre 2020 yılı şeffaflık raporlarında kalite kontrol sisteminin etkin işlediğini beyan eden kurumların oranı %79,52 iken 2021 yılında bu oran %77,11'dir. 2020 yılı şeffaflık raporlarında kalite kontrol sisteminin etkin işleyiş sağladığını belirtmeyen kurumların oranı %20,48 iken bu oran 2021 yılında %22,89'dur.

Analize dâhil edilen 83 denetim kurumunun şeffaflık raporlarından elde edilen bulgulara göre Grafik 22'ye bakıldığında 2020-2021 yılı şeffaflık raporlarında kalite kontrol sisteminin etkin işlediğine ilişkin beyan sunan kurumların 2021 yılı şeffaflık raporlarındaki değişim oranı %-3 iken kalite kontrol sisteminin etkin işlediğine ilişkin beyan sunmayan kurumlarda bu oranın %12 olduğu gözlemlenmiştir.

SONUÇ

Küreselleşmenin artması, teknolojik gelişmelerin hızla gelişim göstermesi birçok alanda etkili olduğu gibi denetim faaliyetlerinde de etkili olmuştur. Bununla beraber yaşanan firma skandalları, mali alanda yaşanan krizler denetim faaliyetlerine ve mali tablolara duyulan güvenin sorgulanmasına neden olmuştur. Yaşanan bu gelişmeler denetim faaliyetlerinin belirli standart ve yönetmelikler kapsamında yapılmasını gerekli kılmıştır. Bu kapsamda denetim alanında başta ülkemiz olmak üzere birçok ülkede çeşitli kanun, yönetmelik ve standartlar yayımlanmıştır.

Ülkemizde 2012 yılında bağımsız denetim yönetmeliğinin yürürlüğe girmesiyle denetim kurumlarına şeffaflık raporu yayımlama zorunluluğu getirilmiştir.

Çalışmada 2020-2021 yıllarında şeffaflık raporu yayımlayan bağımsız denetim kurumlarının belirtmesi gereken asgari unsurlar değerlendirilmiştir.

İnceleme kapsamında ele alınan şeffaflık raporlarının sonuçlarından elde edilen verilere göre 83 denetim kurumunun çoğunluğu şeffaflık raporlarında sermaye yapıları, ortak sayıları, sermaye pay oranları, kilit yönetici ve sorumlu denetçileri, denetim kadrosu personeli, ilişkili olduğu kurumlar, bulunduğu denetim ağları, bir önceki yılda KAYİK hizmeti verilen kurumlar; denetçilerin bağımsızlık ilkelerine uyumu, gelir dağılımları, denetçilerin sürekli eğitimi, kalite kontrol sistemleri, kalite güvence incelemelerine ilişkin unsurları şeffaflık raporlarında belirtmiştir.

Şeffaflık raporlarından elde edilen bilgiler kapsamında KAYİK denetimlerinin çoğunluğu big4 olarak adlandırılan denetim kurumları tarafından yerine getirilmektedir.

2020-2021 yılı şeffaflık raporları karşılaştırıldığında elde edilen veriler arasında büyük bir fark bulunmamaktadır. Birçok denetim kurumu rapo-

runda kilit yönetici sorumlu denetçilere ilişkin bilgi verirken sorumlu denetçi ve kilit yöneticilerin özgeçmiş bilgisine yer veren kurum az sayıdadır. Denetim faaliyetlerinde önemli bir yere sahip olan denetçilerin sektördeki uzmanlığı, tecrübesi ve eğitim düzeyinin ortaya koyulması bakımından kurumların raporlarında kilit yönetici ve sorumlu denetçilere ilişkin özgeçmişe yer vermesi önemlidir. Bağımsızlık taahhüdünün alındığını belirten kurumların yüzdeler oranı yüksek bağımsızlığa etki eden bir durumun gerçekleşip gerçekleşmediğini belirten kurumların yüzdeler oranı oldukça düşüktür. Denetçinin bağımsızlığının sağlandığını ortaya koyulması bakımından raporlarda bağımsızlığı tehdit eden bir hususun bulunup bulunmadığı açıkça ifade edilmelidir. Bazı kurumların raporlarında kalite kontrol sistemi unsurlarına ilişkin bilgiler yüzeysel olarak yer almaktadır. Kalite kontrol sisteminin etkin işlediğini beyan eden kurumların yanı sıra beyan etmeyen kurumlar da bulunmaktadır. Bunun yanı sıra sürekli eğitim faaliyetlerinde kurum içi eğitimlerine ilişkin bilgiye yer veren kurumlar bulunurken kurum dışı eğitimlere ilişkin detaylı açıklamaya yer vermeyen kurumlar da bulunmaktadır. Bir önceki yıla göre eğitim saatinde artış olan kurumlar bulunurken azalış olan kurumlarda bulunmaktadır. Kaliteli bir denetim denetçilerin iyi bir eğitimden geçmesiyle ve sürekli eğitim faaliyetlerinin geliştirilmesiyle mümkün olmaktadır. Bu kapsamda eğitim saatlerine ilişkin bilgi vermeyen kurumlar ve sürekli eğitime ilişkin diğer kurumlara oranla saati daha az olan kurumların eğitim saatini artırmaları hem denetçileri hem de denetim faaliyetlerinin kalitesini önemli ölçüde etkileyecektir. Bu kapsamda, denetim kurumlarının raporlarında standart ve yönetmelikte yer alan hususları açıkça belirtmeleri hem kurum niteliğinin ortaya koyulmasında hem de müşteri tarafından tercih edilmesinde etkili olacaktır.

Gelecek çalışmalarda denetçi rotasyonu, denetçilerin ücretlendirilmesi ve sürekli eğitim saatlerinin denetim kalitesine olan etkisinin daha detaylı olarak ele alınması ve denetim kurumu büyüklüğünün denetim kalitesi ile ilişkisinin incelenmesinin literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akçay, A., & Bilen, A. (2018). Denetim Kalitesi ve Göstergeleri. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(40), 227-256.
- Alzaideen, K. A., & Al-Rawash, S. Z. (2018). The Effect of Ownership Structure and Corporate Debt on Audit Quality: Evidence From Jordan. *International Journal of Economics And Financial Issues*, 8(3), 51-58.
- Arslan, E. (2010). Bağımsız Denetimde Rotasyon Karmaşası. *Mali Çözüm Dergisi*(99), 201-228.
- Azgın, N., & Erdoğan, N. (2019). Denetçinin Mesleki Şüpheciliğinin Denetim Kalitesine Etkisi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 21(1), 27-54.
- Balsarı Kaytmaz, Ç., & Varan, S. (2014). Kaliteli Finansal Raporlamada Denetimin Rolü İle İlgili Tartışmalar. *Mali Çözüm Dergisi*, 69-90.
- Bedard, J. C., Johnstone, K. M., & Simith, E. F. (2010). Audit Quality Indicators: A Status Update on Possible Public Disclosures and Insights From Audit Practise. *Current Issues In Auditing*, 4(1), C12-C19. doi:<https://doi.org/10.2308/ciia.2010.4.1.C12>
- Bulğurcu, B., & Tuan, K. (2022). Bağımsız Denetim Kalitesini Etkileyen Faktörlerin Bulanık Dematel Yöntemi İle Değerlendirilmesi. *Mali Çözüm Dergisi/Financial Anaysis*, 32(169), 99-125.
- Bulut, N. (2021, Nisan). Denetçinin Mesleki Deneyiminin Denetim Kalitesine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 24(1), 197-208. doi:<https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.894219>
- Causholli, M., Chambers, D. J., & Payne, J. L. (2015). Does Selling Non-Audit Services Impair Independence? New Research Says, "Yes". *Current Issues In Auditing*, 9(2), 1-6. doi:<https://doi.org/10.2308/ciia-51168>
- Dantas, J. A., & Medeiros, O. R. (2015). Quality Determinants Of Independent Audits Of Banks. *Revista Contabilidade Finanças*, 26(67), 43-56. doi:DOI: 10.2308/ciia.2010.4.1.C12
- DeAngelo, L. E. (1981). Auditor Size And Economics. *Journal of Accounting And Economics*, 3(3), 183-199. doi:[https://doi.org/10.1016/0165-4101\(81\)90002-1](https://doi.org/10.1016/0165-4101(81)90002-1)
- Deumes, R., Schelleman, C., Vander Bauwhede, H., & Vanstraelen, A. (2012). Audit Firm Governance: Do Transparency Reports Reveal Audit Quality? *Auditing: A Journal of Practise & Theory*, 31(4), 193-214. doi:<https://doi.org/10.2308/ajpt-10301>
- Durukan, B., & Kapucugil İkiz, A. (2007). Denetim Kalitesi, Kalite ve Hizmet Kalitesine İlişkin Modeller: Kavramsal Çerçeve. *Mali Çözüm Dergisi*(82), 35-62.
- Fu, Y., Carson, E., & Simnett, R. (2015). Transparency report disclosure by Australian audit firms and opportunities for research. *Managerial Auditing Journal*, 30(8/9), 870-910. doi: <https://doi.org/10.1108/MAJ-06-2015-1201>

- Goodwin, J., & Seow, J. L. (2002). The Influence Of Corporate Governance Mechanisms On the Quality Of Financial Reporting And Auditing: Perceptions Of Auditors And Directors In Singapore. *Accounting And Finance*, 42(3), 195-223. doi: <https://doi.org/10.1111/1467-629X.t01-1-00074>
- Göğer, T. (2006). Türkiye’de Bağımsız Denetim Uygulamalarında Denetim Kalitesini Belirleyen Etkenler ve Türkiye’deki Denetim Firmalarına Yönelik Bir Araştırma Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güney Bağımsız Denetim ve S.M.M.M. A.Ş. . (2021). *Güney Bağımsız Denetim ve S.M.M.M. A.Ş Şeffaflık Raporu*.
- Hoitash, R., Markelevich, A., & Barragato, C. A. (2007). Auditor Fees And Audit Quality. *Managerial Auditing Journal*, 22(8), 761-786. doi: <https://doi.org/10.1108/02686900710819634>
- Karaaslan, D. (2019). Denetim Kalitesi ve Rotasyon: Ülkemizdeki Algılanması Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KKS 1. (2022). Kamu Gözetimi Kurumu. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TDS/TDS_2021_Seti/KKS%201.pdf adresinden alındı
- Koca, N. (2019). Bağımsız Denetçinin Mesleki Bağlılığının Denetimde Kalite Algısına Etkisi: Bir Alan Çalışması Doktora Tezi. Kahramanmaraş: Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lennox, C. S. (1999). Audit Quality and Auditor Size: An Evaluation of Reputation and Deep Pockets Hypotheses. *Journal of Business Finance Accounting*, 26(7-8), 779-805. doi: <https://doi.org/10.1111/1468-5957.00275>
- Lennox, C., Wu, X., & Zhang, T. (2014). Does Mandatory Rotation Of Audit Partners Improve Audit Quality? *The Accounting Review*, 89(5), 1775-1803. doi: <https://doi.org/10.2308/accr-50800>
- Oktay, S. (2013). Bağımsız Denetim Etkinliğinin Arttırılmasında, Denetim Hizmetinde Kalite ve Kalite Kontrol: ABD Düzenlemeleri. *Maliye Finans Yazıları*(100), 42-94.
- Özger, S. (2019). Bağımsız Denetimde Zorunlu Rotasyonun Denetçi Bağımsızlığı Ve Denetim Kalitesine Etkisi: Bağımsız Denetçilerin Algısına Yönelik Araştırma Yüksek Lisans Tezi. Burdur: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Postma, E. (2016). The Effects Of Audit Firm Rotation On Audit Quality: Does Audit Firm Rotation Improve Audit Quality? Master’s Thesis. University Of Twente.
- Sakin, İ., & Türk, Z. (2019). Bağımsız Denetim Kalitesi Açısından Bağımsız Denetim Kuruluşlarının Özellikleri ve Denetim Gelirleri: Bağımsız

Denetim Kuruluşları Üzerine Bir Araştırma. *Business Management Studies:An International Journal*, 7(3), 200-220. doi:<https://doi.org/10.15295/bmij.v7i3.1239>

- Sarica, E. (2016). Bağımsız Denetimin Kalite Gösteresi Olarak Şeffaflık Raporlaması ve Denetim Kalitesiyle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma Yüksek Lisans Tezi. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sundgren, S., & Swanström, T. (2013). Audit Office, Audit Quality And Audit Pricing: Evidence From Small-And Medium-Sized Enterprises. *Accounting And Business Research*, 43(1), 31-55. doi:<https://doi.org/10.1080/00014788.2012.691710>
- Şavlı, T. (2016). Türkiye’de Bağımsız Denetimde Rotasyon:Düzenlemeler,Uygulamalar ve Öneriler. *Mali Çözüm Dergisi*, 26(134), 37-57.
- Şeker, Y. (2015). Bağımsız Denetimde Kalite Kültürü Anlayışı ve Kalite Kontrol Standardının Uygulama Etkinliğinin Belirlenmesi:Bağımsız Denetim Şirketlerine Yönelik Bir Araştırma Yüksek Lisans Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tanç, A., & Gökoğlan, K. (2018). Denetçi Bağımsızlığının Denetimin Katma Değeri Üzerine Etkisi. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*(20), 377-390.
- Terzi, S., Kıymetli Şen, İ., & Solak, B. (2014). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Denetim Kalitesine Etkisi:Borsa İstanbul’da Ampirik Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat İşletme Dergisi*, 10(23), 191-206. doi:<https://doi.org/10.17130/ijmeb.2014.10.23.652>
- Yıldız, E., & Atış, C. (2022). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Bağımsız Denetim Şirketlerinin Denetim Kalitesi Göstergelerine Uyumu Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 21(65), 157-178.
- Yılmaz Kandır, S., & Ülbeği, İ. D. (2022). *Güncel İşletme Yönetimi Çalışmaları II*. Ankara: Akademisyen Kitabevi A.Ş. doi: <https://doi.org/10.37609/akya.1305>

Bölüm 3

TÜRKİYE VE AZERBAYCAN'DA MİLLİ MARKALAŞMA VE DESTEK PROGRAMLARI

Shovkat Yusifov¹

Hilal Uygurtürk²

¹ Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme ABD, yusifovcontacts@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8235-8182

² Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, hilaluygurturk@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6925-0150

Giriş

Küreselleşmenin hız kazandığı ve rekabetin giderek arttığı günümüzde, ülkelerin milli markalarını oluşturarak uluslararası alanda rekabet avantajı elde etmeleri kritik bir öneme sahiptir. Milli markalar, bir ülkenin kültürel mirası, tarihi ve coğrafi özellikleri, sanatı ve sporu gibi unsurları yansıtarak uluslararası düzeyde tanınırlık ve itibar kazandırmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye ve Azerbaycan gibi tarihi ve kültürel bağları güçlü olan ülkeler, milli markalaşma süreçlerinde benzer stratejiler izleyerek uluslararası alanda etkili bir varlık göstermeyi hedeflemektedirler. Türkiye ve Azerbaycan, coğrafi yakınlıklarının yanı sıra tarihsel ve kültürel bağlarıyla da birbirlerine sıkı sıkıya bağlı olan iki ülkedir. Her iki ülkenin de zengin bir kültürel mirasa sahip olmaları, milli markalaşma süreçlerinde benzer stratejiler izlemelerine ve birbirlerinden öğrenebilecekleri birçok noktanın bulunmasına olanak tanımaktadır. Bu kapsamda çalışmada marka kavramının yanı sıra uluslararası ülke imajı, Türkiye ve Azerbaycan'ın milli markalaşma süreçleri ve destek programları ile ilgili başlıklar yer almaktadır.

1. Marka Kavramı

Marka kavramı, ürünlerin farklılaştırılması için üreticilerin çabalarıyla ortaya çıkmıştır ve rekabetin önemli bir unsuru olarak pazarda her dönemde varlığını sürdürmektedir. Başlangıçta Eski Mısır çanakları üzerinde işaretler ve sembollerle kendini gösteren marka kavramı, daha sonra Ortaçağ'da Avrupa'daki ticaret bölgelerinde diğer ürünlerden ayrılmak için belirli sembollerin kullanılmasıyla gelişmiştir (Vuran & Afşar, 2016, s. 29).

Tüketici davranışı ve karar verme süreçleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olan marka kavramı, pazarlama ve reklamcılık faaliyetlerinde, özellikle de somut ürünlerin tanımlanmasında merkezi bir rol oynamaktadır. Çoğu pazarlama politikası, tüketicilerin ürün tanımlamasını temel almakta ve reklam uygulamaları, tüketiciyle etkili bir iletişim kurma ve ürünleri tanıtmaya amacını taşımaktadır. Bu bağlamda, ürünü benzer ürünler arasında öne çıkaran özellik marka olarak adlandırılmaktadır. Markalar, ticari ürünlerin önemli bir parçasını oluşturmakta, buna karşın markasız birçok mal ve hizmetin de satışa sunulduğu gözlemlenmektedir. Marka kavramı hem üreticilere hem de tüketicilere çeşitli avantajlar sunmaktadır; üreticiler için yasal koruma sağlarken, tüketici ile iletişimi artırmakta, tüketicilere ise prestij kazanma, güvence sağlama, satış garantileri ve bakım olanakları gibi faydalar sunmaktadır. Bu nedenle, marka genellikle tüketiciler için bir tür sigorta ve malın güvencesi olarak kabul edilmektedir (Aktuğlu, 2022, s. 11).

Marka, pazarlama literatüründe çok çeşitli tanımlarla ele alınan kap-

samlı bir kavramdır. Amerika Pazarlama Derneği'ne göre, marka; mal veya hizmetleri tanımlayan isim, terim, tasarım veya sembol gibi herhangi bir ayırt edici özelliktir (AMA, 2024). Türk Patent ve Marka Kurumu ise markayı, “bir teşebbüsün mallarının veya hizmetlerinin diğer teşebbüslerin mallarından veya hizmetlerinden ayırt edilmesini sağlaması ve marka sahibine sağlanan korumanın konusunun açık ve kesin olarak anlaşılmasını sağlayabilecek şekilde sicilde gösterilebilir olması şartıyla kişi adları dâhil sözcükler, şekiller, renkler, harfler, sayılar, sesler ve malların veya ambalajlarının biçimi olmak üzere her tür işareten oluşabilir.” şeklinde tanımlamıştır (Türkpatent, 2024).

Markayla ilgili tanımlara bakıldığında, bu tanımların çoğunda ayırt edici özellik, markanın temel unsuru olarak vurgulanmaktadır. Marka, rekabetçi bir bağlamda tüketicilerin hangi ürünü tercih edeceklerine, satın alacaklarına ve kullanacaklarına dair belirleyici bir faktör olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda, markanın kendine özgü bir kimliği ve değeri bulunmakta, tüketicinin zihninde diğer markalardan ayrılan, farklı bir izlenim oluşturmaktadır. Marka, özetlenmiş bir algılanan değer ifadesi olarak da tanımlanabilir; bir başka ifade ile marka, tüketicinin zihninde ürünün sadece işlevselliğiyle değil, aynı zamanda ismi, sembolü, tasarımı veya işareti gibi soyut unsurlarıyla da ilişkilendirilen bir değer taşımaktadır. Böylece, ürün işlevsel bir yarar sunarken, marka bu işlevselliğin ötesinde, tüketiciye ek bir değer katan soyut niteliklere sahiptir (Can, 2007, s. 226).

1.1. Markanın Tarihi

Uzmanlar, “brand” kelimesinin kökeninin eski İskandinav dilinde bulunan ve “yakma” anlamına gelen “brandr” fiilinden türediğinde hemfikirlerdir. Bu görüşü destekleyen bir kanıt, ilk markalama faaliyetlerinin ürünlere veya hayvanlara sıcak demirle işaret bırakarak veya dağlayarak gerçekleştirilmiş olmasıdır (Haigh & İlgüner, 2012, s. 12).

İlk markalaşma girişimleri, M.Ö. 50. yüzyılda Güney Fransa'daki mağara duvarlarına yapılan resimlerle başlamıştır. Ticari anlamda ise ilk markalaşma faaliyetleri, M.Ö. 3000'li yıllarda Mezopotamya bölgesinde ürünleri üreten ve satanları belirtmek amacıyla kullanılan sembollerin ürünlere damgalanan silindir kalıplar aracılığıyla uygulanmasıyla gerçekleştirilmiştir. Antik Roma döneminde markalaşma faaliyetleri, semboller ve logolar kullanılarak sürdürülmüş; bu dönemde sütü temsil eden “keçi” logosu gibi örnekler ortaya çıkmıştır. Günümüzde marka kavramının anlamı, 20. yüzyıla kadar uzanmaktadır. İlk markalar, bakkalarda dökme olarak satılan un, pirinç gibi ürünlerin kitlesele üretimle paketlenerek satılmasıyla ortaya çıkmıştır. 1990'ların ikinci yarısında işletmeler, kitlesele pazarlamaya yönelerek yeni icat edilen ürünleri, örneğin arabaları, radyoları vb., reklamlarla tanıtmaya başlamışlardır. Bu tanııtım süreci, tüketici-

lerin ürünleri markalarıyla tanımlarına olanak tanımış ve böylece kişiler, ihtiyaçlarını satın alırken markaları da dikkate almaya başlamışlardır (Toksarı & İnal, 2012, s. 21).

Literatürdeki bazı araştırmacılar, işaretlerin ve markaların birbirleriyle ilişkilendirildiğini ve bu bağlamda marka kavramının insanlık tarihine kadar uzanan bir geçmişe sahip olduğunu iddia etmektedirler (Moore & Reid, 2008, s. 5). Diğer yandan, bazı araştırmacılar ise seri üretimin 1870'lerde yaygınlaşmasıyla birlikte ambalajlı ürünlerin popüler hale gelmesiyle modern anlamda markaların ortaya çıktığını öne sürmektedirler (Yang, Sonmez, & Li, 2012, s. 316).

1.2. Markanın Önemi

Bir ürünün tüketici tarafından fark edilmesi ve ayırt edilmesi, genellikle markasıyla gerçekleşmektedir. Tüketicinin bakış açısından, bir ürünü tanımanın en basit yolu, onun markasıyla ilişkilendirilmesidir. Ancak üretici açısından bakıldığında, marka aynı zamanda kendi kimliğini ifade etme ve ürünlerini piyasada tanıtmak için bir fırsat sunmaktadır. Bazı ürünlerin, markaları olmadan tanıtılmaları zor olabilmektedir. Dolayısıyla, marka, şirketlerin sürekliliği ve başarısı için kritik bir unsurdur (Ünüşan & Sezgin, 2007, s. 136).

Günümüzde marka ve marka yönetiminin önemi gittikçe artmaktadır. Bu dönemde, marka tanımı önemli ölçüde değişmektedir. Marka yönetimi çeşitli konulara odaklanmaktadır; bunlar arasında marka oluşturma, markaya bir imaj ve içerik yüklemek ve müşterilere ulaşma stratejileri bulunmaktadır. Bununla birlikte, markaların sahip olduğu imaj, içerik ve müşteri tabanı markayı tanımlayan temel unsurlardır. Kurumlar, genellikle müşterilerin markalarında yarattığı farklılıkları keşfetme yolunda adımlar atmaktadırlar (Demirel, 2003, s. 76).

Teknolojinin hızla evrimi ve yaygınlaşması, ürün özelliklerinin ve kalitesinin zaman içinde azalmasına neden olurken, aynı zamanda pazar payını daraltmaktadır. Pazar payındaki bu daralma ile baş etmek ve rekabetçi bir konuma gelmek, uygun bir satış stratejisinin uygulanması ile mümkündür. Yeni bir ürünün piyasaya sürülmesi sürecinde, doğru stratejilerle markalaştırma önemli bir rol oynamakta olup, bu süreç ürün kalitesinin korunmasına ve satış etkinliğinin artırılmasına katkı sağlayacaktır. Tüketicilere sunulan ürünün kimlik kazanması, rakiplerinden ayrılarak daha çekici hale gelmesine olanak tanımaktadır. Bu çekicilik, işletmelerin dikkatini çekmekte ve markalaşma sürecini desteklemektedir. Marka artık bir varlık olarak kabul edilmekte olup, güçlü bir markanın değeri, bir firmanın maddi varlıklarından daha büyük olabilmektedir (Karaman, 2012, s. 108).

2. Türkiye'nin Uluslararası İmajı

Türkiye'nin uluslararası imajını kapsamlı bir şekilde değerlendirmek için, kurumsal imaj kavramına atıfta bulunmak faydalı olacaktır. Kurumsal imaj, imaj stratejilerinin başlangıç ve sonuç noktalarını oluşturmaktadır. Bu imajın oluşturulmasında dört temel unsurun dikkate alınması gerekmektedir. Bunlar; altyapı oluşturma, dış imajı şekillendirme, iç imajı şekillendirme ve soyut imaj oluşturmadır. Günümüzün küresel rekabet ortamında bu unsurların aynı zamanda ülke imajı ve markasının oluşturulmasında da geçerli olduğu söylenebilir. Altyapı çalışmalarında, uygun imaj analizleri yapıldıktan sonra, değişikliklerin gerçekleştirilmesi ve ortaya çıkacak yeni imajın sağlam temellere dayandırılması ile bir standart belirleme önem taşımaktadır. Altyapısı düzgün olmayan imaj ve marka çalışmaları, sonuçları kısa ömürlü sonuçlar doğuracaktır. Türkiye'nin uluslararası alanda olumlu bir imaj oluşturduktan sonra marka değeri kazanması da önemlidir. Türkiye'nin başarılı bir marka olarak kabul edilmesi için öncelikle farkındalık yaratılması ve tanınırlık düzeyinin artırılması gerekmektedir. Ardından, markanın bilinirlik düzeyinin yükseltilmesi, Türkiye'nin marka değerini belirleyecektir. Türkiye'nin marka değerinin oluşumunda önemli rol oynayan gruplar üç temel kategoride incelenebilir: devlet (bakanlıklar, yerel yönetimler, siyasi partiler gibi), ekonomik alandaki öncüler (odalar, borsalar, meslek birlikleri gibi) ve sosyo-kültürel alandaki öncüler (üniversiteler, kültürel ve sanatsal faaliyetlerde bulunan sivil toplum kuruluşları gibi). Bu unsurlar, Türkiye'nin etkili bir şekilde tanıtımı, olumlu bir imaj oluşturulması ve güçlü bir "Türkiye Markası"nın ortaya çıkmasına katkı sağlamaktadır (Gültekin , 2013, s. 132).

Türkiye, stratejik konumu dolayısıyla uzun yıllardır uluslararası toplumun dikkatini çekmiş ve Doğu ve Batı dünyalarına ait pek çok avantajı bir arada barındırmıştır. Ancak, bu jeopolitik avantajlar bazen geçmişten gelen veya günümüzde ortaya çıkan sebeplerle olumsuz kampanyaların yürütülmesine yol açabilmektedir. Bu olumsuzluklar, çeşitli sektörleri etkilemekte olup, özellikle Türkiye ekonomisinin önemli bir bileşeni olan turizm sektörünü de etkilemektedir (Tunç, 2003, s. 3).

Günümüzde, ülkeler artık spor, sanat, bilim, kültür, eğitim, turizm ve benzeri yumuşak güç unsurlarıyla diğer ülkeler üzerinde etki kurarak, kendilerini ve toplumlarını cazip bir konuma getirebilmektedirler. Ayrıca, uluslararası organizasyonların Türkiye gibi ülkelerde düzenlenmesi, uluslararası arenadaki başarıların artırılması açısından önem taşımakla birlikte, bu organizasyonların düzenlendiği ülkenin imajı açısından da büyük bir öneme sahiptir (Göksu, 2019, s. 406).

2.1. Türkiye’de Milli Markalaşma

Markalaşma, işletmelerin pazarda itibar kazanmak ve hizmetlerini farklılaştırmak amacıyla yapacakları stratejik bir yatırımdır. Hem küçük yerel işletmeler hem de büyük uluslararası şirketler, müşterilerinin değer verdiği ürünlerle itibarlarını sağlayarak rekabet avantajı elde edebilirler. Günümüzde, rekabet koşullarının değişmesiyle birlikte uluslararası pazarlarda yer almak isteyen işletmeler, güçlü markalar oluşturmadıkça bu rekabete katılamazlar. Özellikle tekstil ve hazır giyim, otomotiv, elektronik ve gıda gibi sektörler, Türkiye’nin rekabet gücü açısından kritik öneme sahiptir. Bu sektörlerde güçlü markalaşma stratejileri izlenmesi, ülke ekonomisinin dış ticaret verimliliğini artırırken aynı zamanda ülkenin uluslararası arenadaki tanınırlığını artırmaktadır. Bu nedenle, bu sektörlerde yapılan markalaşma çalışmaları hem ekonomik açıdan hem de ülkenin imajı açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu bağlamda, Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı’nın öncülüğünde başlatılan bir girişim olarak, dünyada benzersiz olan “TURQUALITY”, markalaşma alanında bir devlet destekli program olarak 23 Kasım 2004 tarihinde hayata geçirilmiştir. 2006/4 sayılı “Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY’nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ” kapsamında, “TURQUALITY”, ülkenin rekabet üstünlüğüne sahip olduğu ve markalaşma potansiyeli bulunan ürün gruplarına sahip işletmelerin uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla küresel birer aktör olabilmelerini sağlamak amacıyla oluşturulmuş bir markalaşma programıdır. Bu program, işletmelerin üretim sürecinden başlayarak satış sonrası hizmetlere kadar tüm pazarlama faaliyetlerini kapsayacak şekilde gelişimlerini desteklemeyi hedeflemektedir. Aynı zamanda bu markalar aracılığıyla olumlu bir “Türk Malı” imajının uluslararası alanda güçlendirilmesi amaçlanmaktadır (Özbaysal & Onay, 2018, s. 184; Turquality, 2024a).

2.2. “TURQUALITY” Programı

“TURQUALITY” Destek Programı, uluslararası pazarlarda olumlu Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi amacıyla oluşturulmuş devlet destekli ilk ve tek markalaşma programıdır. Küresel marka imajı oluşturmasını ve marka tanınırlığını artırmayı hedefleyen bir girişimdir. Geleneksel ihracat destek programlarından ayrılan bu program, firmaların markalaşma hedeflerine katkıda bulunmak üzerine kurulmuştur, ihracatın artırılması ise ikincil hedeftir (Turquality, 2024a).

“TURQUALITY”, “Türk” ve “Kalite” kelimelerinin birleşiminden oluşan bir devlet destek programıdır. Bu program, yerli firmalara sadece maddi destek sağlamakla kalmayıp aynı zamanda küresel marka olma yolunda stratejik yönlendirme desteği sunmaktadır. Profesyonel marka

danışmanları tarafından desteklenen markaların güçlü ve zayıf yönleri analiz edilerek, aynı sektördeki küresel markalarla rekabet edebilme yeteneklerini artırmak için uygun yöntemler belirlenmekte ve markanın gelişimine yönelik bir “yol haritası” oluşturulmaktadır. Bu şekilde desteklenen firmaların marka gücü ve şirket altyapısı güçlenirken, marka bilinirliği artmakta ve sonuç olarak “Made in Turkey” imajı güçlenmektedir (Ögel, Ögel, & Helvacıoğlu, 2016, s. 5).

“TURQUALITY” Programı, Türk şirketlerinin pazarlama alanında uluslararası markalaşma süreçlerini başlatmalarına imkan tanıyarak tüm dünyayı tek bir pazar olarak kabul etmelerini sağlamaktadır. 2004 yılında hayata geçirilen bu program, çeşitli sektörlerden birçok firma için destek sunmakta, küresel pazarlardaki değişimlere ve paydaşların taleplerine yanıt vererek stratejik gelişim ve değişim süreçleriyle uyumlu bir şekilde hareket etmektedir. Bugün, birçok Türk markasına küresel bir marka olma hedeflerine ulaşmaları için destek sağlamaktadır (Ünal, Nacar, & Şeker, 2020, s. 593).

Vizyonunu 10 yılda 10 küresel Türk markası yaratmak olarak belirleyen “TURQUALITY” Programı, başlangıçta konfeksiyon ve tekstil ürünlerine odaklanarak başlamış olmasına rağmen, şu anda Türkiye’nin tüm stratejik sektörlerinden markalara destek vererek “Türk Malı” imajını güçlendirmeye yönelmektedir (Çam, 2012, s. 5).

2.2.1. “TURQUALITY” Programının Misyonu ve Hedefleri

“TURQUALITY Sertifikasının Düzenlenmesine İlişkin Tebliğ (İhracat: 2004/14)” Resmi Gazete’de 22 Aralık 2004 tarihinde yayınlanmıştır. Bu belge ile yürürlüğe giren “TURQUALITY” Programı, tüketicilerin zihinsel haritasında bir marka referansı oluşturmayı ve Türkiye’deki işletmelerin markalaşma süreçlerini teşvik etmeyi ve güçlü markalar haline gelmelerini hedeflemektedir. Bu program aynı zamanda işletmeleri motive etmeyi de amaçlamaktadır. TURQUALITY’nin misyonu ve hedefleri aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır (Turquality, 2024b).

TURQUALITY’nin misyonu:

- Küresel Türk markalarını ülke içinde lider konuma getirmek,
- Şirketlerin marka değerini ve kurumsal alt yapılarını güçlendirmek,
- Ülke içinde marka bilinci ve farkındalığı oluşturmak.

TURQUALITY’nin hedefleri:

- Marka potansiyeli bulunan firmalara global bir marka olma yolunda finansal destek sağlamak,

- Global Türk markalarının oluşturulmasına yönelik firmaların ve markalarının stratejik, operasyonel, organizasyonel ve teknolojik gelişimlerine danışmanlık yaparak destek olmak,
- Program kapsamında yer alan firmaların yönetim birimlerine eğitim desteği sunmak,
- Yurtdışında olumlu bir Türk malı imajının oluşturulması ve sürdürülmesi için iletişim ve tanıtım faaliyetlerinde bulunmak,
- Türk firmalarının marka bilincini artırmak,
- Türk firmalarının pazar bilgisine dayalı olarak aksiyon alabilmeleri için istihbarat desteği sağlamak.

2.2.2. “TURQUALITY” Programının Sağladığı Destekler

“TURQUALITY” Programına kabul edilen firmalara, marka gelişimi, markalaşma yol haritası ve yönetici geliştirme programı gibi alanlarda finansal, eğitim ve danışmanlık hizmetleri sunulmaktadır. Başvuru süreci, firmaların sağlaması gereken belgelerin ön değerlendirmesiyle başlamaktadır. Bu değerlendirme genellikle bir yönetim danışmanlık firması tarafından yapılmaktadır. Destek almak isteyen firmaların başvuruları, Ticaret Bakanlığı tarafından incelenip onaylanmaktadır. Onaylanan firmaların markalarına ait harcamalar, Ticaret Bakanlığı’nın belirlediği kriterler doğrultusunda %50 oranında desteklenmektedir (Turquality, 2024c).

2.2.2.1. Finansal ve Finansal Olmayan Destekler

“TURQUALITY”, firmaların çeşitli alanlardaki harcamalarını desteklemek amacıyla oluşturulmuş bir programdır. Bu destek, ofis kirası, mağaza showroom kirası, dekorasyon maliyetleri, fuar organizasyonları, reklam ve promosyon faaliyetleri, tasarımcı maaşları ile bilişim teknolojileri yatırımları gibi çeşitli birçok kalemi kapsamaktadır. Donanım harcamaları dışında kalan bu giderlerin %50’si karşılıksız olarak ve üst bir limit olmaksızın desteklenmektedir. Harcama belgeleri ilgili Bakanlığa iletildikten sonra, bu giderler firmaya geri ödenir. Bir firma, “TURQUALITY” desteklerinden en fazla iki markası için yararlanabilirken, bir marka için birden fazla firma desteklenebilmektedir. Holding yapısına sahip firmalar ise maksimum altı markası için destek alabilir. Destek üst sınırları, her takvim yılı başında (TÜFE Tüketici Fiyat Endeksi + Yİ-ÜFE Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi) /2 oranında güncellenmektedir. Bu destek mekanizması, firmaların sadece finansal açıdan değil, kurumsal gelişimlerine de katkı sağlamak amacı taşımaktadır. “TURQUALITY” veya “Marka Destek” Programı kapsamına alınan firmaların kurumsal gelişimleri, çalışanların sürekliliğini kendilerini geliştirmesi ve bu programlar içindeki bilgi, fikir ve ilişkilere katılımı, finansal desteğin ötesinde büyük önem taşımaktadır.

Bu programlar, sürekli planlı iyileştirme ve gelişme süreçleri olarak ele alınmakta ve bu süreçlerin etkin yönetimi için değişim ve gelişim liderlerinin atanması kritik bir öneme sahiptir. Yönetim danışmanlığı firmalarıyla yapılan iş birlikleri, firmanın mevcut durumunun detaylı bir analizini yaparak, uluslararası pazarlardaki benzer sektördeki lider firmalarla karşılaştırmalar yapılmasını ve ardından iyileştirme projelerinin belirlenmesini sağlamaktadır. Bu süreç sonucunda oluşturulan gelişim yol haritası, firmanın marka değerini artırmak ve rekabet avantajı elde etmek için atılacak adımları içermektedir. Her marka için özelleştirilmiş uzman profesyonellerin katılımıyla oluşturulan “Gelişim Yol Haritası”, programın temel uygulamalarından biridir (Kadat & Teker, 2019, s. 222).

2.2.2.2. Gelişim Yol Haritası

“Gelişim Yol Haritası” desteği, “TURQUALITY” Programı’nın önemli bir bileşeni olarak firmaların markalaşma stratejilerini belirlemelerine ve bu stratejilerin etkili bir şekilde uygulanmasına yardımcı olmaktadır. Bu süreçte, “TURQUALITY” firmalara ihtiyaç duyacakları danışmanlık hizmetlerini sunarak oluşturacakları yol haritasını hayata geçirmelerine rehberlik etmektedir. Programa katılan firmalar, Deloitte, Ernst and Young, McKinsey, PricewaterhouseCoopers, Boston Consulting Group ve KPMG gibi dünya çapında tanınmış danışmanlık firmalarından hizmet alma fırsatına sahiptirler. Bu iş birlikleri, firmaların uluslararası standartlara ulaşmalarına ve rekabet avantajı elde etmelerine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, 5973 sayılı Karar çerçevesinde, firmaların “Gelişim Yol Haritası” çalışması için yapacakları harcamalar, en fazla 4.343.000 Türk lirası ile sınırlı olup, bu harcamaların %50’si oranında desteklenmektedir. Bu destek mekanizması, firmaların finansal yüklerini hafifletmekte ve daha fazla kaynağı stratejik hedeflerine ulaşmak için kullanmalarına olanak tanımaktadır; dolayısıyla firmaların büyüme ve gelişme yolunda önemli bir adım atmalarını teşvik etmektedir (Turquality, 2024d).

2.2.2.3. Yönetici Geliştirme Programı

Doğru şekilde yapılandırılmış organizasyonlar, nitelikli insan kaynağı ve etkili sistemlerle hedeflere ulaşabilmekte ve istenilen sonuçları elde edebilmektedirler. Günümüzde, küresel rekabetin artmasıyla başa çıkabilmek ve daha etkili ve yetkin bir konuma gelebilmek için aynı zamanda organizasyonların ve sistemlerin doğru bir şekilde uygulanması için uygun insan kaynağı altyapısına sahip olunması gerekmektedir. “TURQUALITY”, bu gereklilikten hareketle firmalara mali destek sağlamanın yanı sıra, “Yönetici Yüksek Lisansı (Executive MBA)” formatında “Yönetici Geliştirme Programı” sunmaktadır. Bu amaçla, Koç Üniversitesi, Sabancı Üniversitesi, Bilkent Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi tarafından düzenlenen ve firmaların ihtiyaçlarına göre şekillendirilen “Yönetici Geliş-

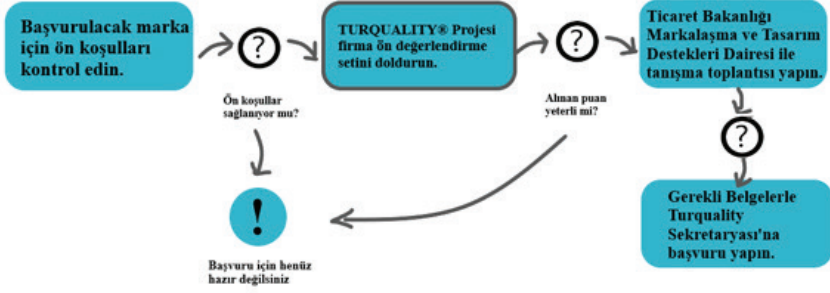
tirme Programı”, “TURQUALITY” kapsamındaki firmaların orta ve üst düzey yöneticilerinin küresel başarı için gereken vizyon ve yetkinliklerini geliştirmeyi hedeflemektedir (Kadat & Teker, 2019, s. 223).

2.2.3. “TURQUALITY” Programının Başvuru Koşulları

Turquality destek programı mal ihracatı, hizmet ihracatı ve e-turquality (bilişimin yıldızları) programı dahilinde başvuru almaktadır. Her programın başvuru şartları ve gereklilikleri farklı olmakla birlikte süreç ayrıntılı bir şekilde Turquality resmi web sitesinde açıklanmaktadır. Örneğin hizmet ihracatı için ön koşul müracaat eden markaların Türkiye’de tescilinin yapılmış olması, yurtdışında da Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü’nün (WIPO) Madrid Sistemi’ne (markaların uluslararası tesciline ilişkin Madrid Anlaşması ve bu Anlaşmaya ilişkin Protokol) taraf olan ülkelerden en az birinde tescil edilmiş olması gerekmektedir. Benzer şekilde mal ihracatı kapsamında ise bir firmanın başvurabilmesi için son üç takvim yılında ihracat yapmış olması, müracaata konu markanın Türkiye’de en az 1 yıldır tescilli olması, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü’nün (WIPO) Madrid Uluslararası Marka Tescil Protokolüne taraf olan ülkelerden en az birinde (Türkiye hariç) en az 1 yıldır tescilli olması, markaya ilişkin yurt içi marka tescilinin ilk yurt dışı marka tescilinden önce gerçekleşmiş olması gerekmektedir. Bunun yanı sıra Türk malı/markası imajına zarar verecek/aykırı olacak ifade, sembol, şekil, işaret veya ülke, şehir, bölge isimlerinin kullanıldığı markaların müracaatları değerlendirmeye alınmamaktadır.

Belirtilen koşulları sağlayan firma, “TURQUALITY” Projesi Firma Ön Değerlendirme Setini, programın resmi web sitesinde bulunan elektronik platform aracılığıyla doldurmalıdır. Sisteme girilen bilgilerin değerlendirilmesi sonucunda yeterli puanı alan firma, gerekli belgelerle birlikte “TURQUALITY” Sekreteryası’na başvuruda bulunma aşamasına geçmektedir. Süreç Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1. Başvuru öncesi ön koşul



Kaynak: *Turquality, 2024e.*

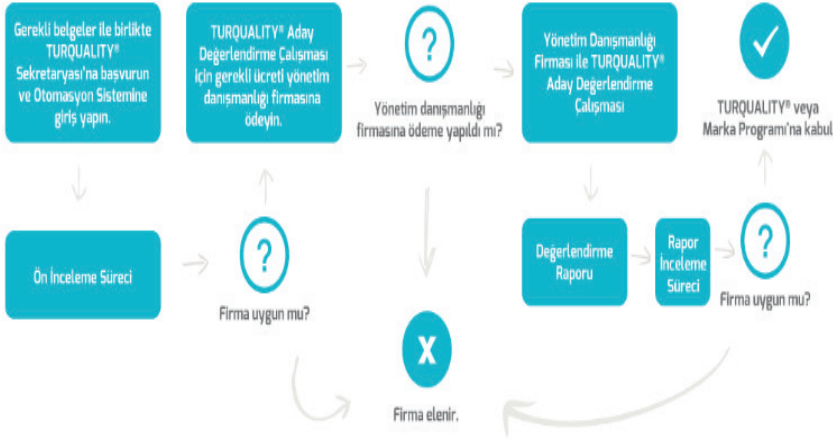
“TURQUALITY” Sekretaryası’na başvuru süreci, gerekli belgelerin tamamlanmasıyla başlamakta ve otomasyon sistemi aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Her belgenin aslı veya noter onaylı bir kopyası, “TURQUALITY” Sekretaryası’na sunulmaktadır. Firmalar, başvurularını eksiksiz bir şekilde tamamladıklarında ön değerlendirme sürecine alınmaktadır. Bu aşamada, Ticaret Bakanlığı tarafından yetkilendirilen “TURQUALITY” Programı çerçevesinde, “Yönetim Danışmanlığı” şirketlerinden biri ön inceleme çalışması gerçekleştirmektedir. Başvuran firma, söz konusu danışmanlık firmasına ön inceleme için gereken ücreti ödemektedir.

“Yönetim Danışmanlığı” firması, görevlendirildiği ön inceleme çalışması kapsamında, ilgili programa başvuran firmanın detaylı bilgi ve belgelerini talep etmektedir. Bu süreçte, başvuru sahibi firmanın sunduğu dokümanlar ve bilgiler titizlikle incelenmektedir. Değerlendirme aşaması tamamlandıktan sonra, danışmanlık firması, başvuru sahibi firmanın tesislerini ziyaret etme aşamasına geçmektedir.

Yerinde inceleme süreci genellikle iki gün sürmekte ve bu süreçte Ticaret Bakanlığı yetkilileri veya Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), “TURQUALITY” Sekretaryası da katılabilmektedir. Danışmanlık firması, inceleme çalışmasını gerçekleştirirken, başvuru sahibi firmanın uygunluğunu ve programa katılımını değerlendirmektedir. Bu kapsamda firma, stratejik planlama ve kurumsal performans yönetimi, marka yönetimi, tedarik zinciri yönetimi, pazarlama, müşteri ve ticaret yönetimi, ürün tasarımı/ araştırma ve geliştirme, finansal performans, insan kaynakları yönetimi, kurumsal yönetim, bilgi sistemleri yönetimi alanlarında incelenmektedir. Başvurusu uygun bulunan firma, program hakkında detaylı bilgilendirilmekte ve programa kabul edilmektedir. Süreç Şekil 2’de gösterilmektedir.

Programa dahil edilen firmalara, gelişim yol haritası ve hedef pazar çalışmaları gibi destekler sunulmaktadır. Bu süreç, firmaların rekabet güçlerini artırmaları ve uluslararası pazarlarda daha etkin bir konuma gelmeleri için önemli bir adımdır.

Şekil 2. Firma ön inceleme çalışması ve kapsama alınma



Kaynak: Turquality, 2024f.

3. AZERBAJCAN'NIN ULUSLARARASI İMAJI

Azerbaycan, tarihsel olarak zengin doğal kaynaklara sahip olmasıyla bilinir ve bu özelliği nedeniyle uzun yıllardır uluslararası devletlerin ilgi odağı olmuştur. Özellikle II. Dünya Savaşı döneminde, Azerbaycan'ın sahip olduğu petrol rezervleri, Sovyetler Birliği'nin savaş çabalarında stratejik bir rol oynamıştır; bu enerji kaynakları, savaşın sonucunu belirlemede kritik bir unsur olarak kabul edilmektedir ve Sovyetler Birliği'nin zaferinde belirleyici bir etkiye sahip olmuştur. 1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla Azerbaycan, bağımsızlığını kazanmış, ancak bu dönemde, ülke ekonomisinde önemli sorunlar yaşanmış ve ciddi bir kriz dönemi başlamıştır. Ekonomik istikrarsızlık, Azerbaycan'ın uluslararası alandaki imajını olumsuz etkilemiş ve bağımsızlık sonrası dönemde karşılaştığı zorlukları artırmıştır (Aras & Süleymanov, 2016, s. 55-57).

Azerbaycan, bağımsızlık sonrasında idari ve siyasi anlamda önemli değişimler geçirerek ekonomik ve dış ilişkilerinde istikrar sağlamıştır. Ülkenin bağımsızlık sonrası tarihi, 1991-1993 yılları arasındaki kargaşalı ve savaş dönemi, 1993-2003 yılları arasındaki Haydar Aliyev'in iktidara

gelerek istikrarı sağladığı dönem ve 2003'ten günümüze İlham Aliyev'in cumhurbaşkanlığında yaşanan modern Azerbaycan dönemi olmak üzere üç aşamada değerlendirilebilir. Haydar Aliyev döneminde gerçekleştirilen petrol anlaşmaları, ülkenin kısa sürede birçok ülkeye petrol ihraç etmesine olanak tanımış ve bu durum, 2005-2007 yılları arasında Azerbaycan'ın dünyanın en hızlı büyüyen ekonomilerinden biri olmasını sağlamıştır. Ancak, Azerbaycan'ın ulusal imajı ve tanıtım çalışmaları daha çok İlham Aliyev döneminde ön plana çıkmıştır. Sovyetler Birliği'nden bağımsızlığını kazanmış olmasına rağmen, başkent Bakü'nün mimarisi hala Sovyet dönemine ait izler taşımaktaydı. Bağımsızlık sonrasında şehirdeki sokak isimleri, metro durakları, parklar, hastaneler ve okullardaki Sovyet dönemine ait isimler milli isimlerle yenilenmiş, imaj çalışmaları öncelikle Bakü'de başlatılmıştır. İktidar, SSCB'den kalan birçok yapıyı yıkararak yerine modern plazalar ve gökdelenler inşa etmiştir. Bu adımlar, Azerbaycan'ın uluslararası alanda modern ve çağdaş bir ülke olarak tanıtılmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır (Guliyeva, 2017, s. 41-42).

Azerbaycan, bağımsızlığını ilan ettikten sonra katıldığı bölgesel ve uluslararası projelerde tutarlı bir konum ve ciddiyetle hareket etmiştir. Ülkenin başarılı performansı, zamanında alınan kararlar, alınan önlemler ve sorumlu yaklaşımın bir sonucudur. Azerbaycan, katıldığı projelerde yükümlülüklerine titizlikle uymuş ve karşılıklı çıkarların korunmasına önem vermiştir, bu da ülkenin güvenilir bir iş ortağı olduğunu kanıtlamıştır. Ayrıca, ülkenin uluslararası alandaki itibarı sadece sosyo-ekonomik alanlarda değil, aynı zamanda siyasi ve askeri-güvenlik alanlarındaki iş birliklerinde de artmıştır. Tüm zorluklara rağmen, Azerbaycan uluslararası alanda kazandığı imajını başarıyla sürdürmeyi başarmıştır. Ülkenin ekonomik, siyasi ve güvenlik konularında net bir görüşü ve vizyonu bulunmaktadır. Bu genel strateji doğrultusunda Azerbaycan, ilerlemeye devam ederek yeni başarılar elde etmeyi planlamaktadır (mdu.edu.az, 2024).

3.1. Azerbaycan'da Milli Markalaşma

Küçük ve rekabet gücü düşük ekonomilere sahip ülkeler, ekonomik istikrarın sağlanması ve ihracatın artırılması için belirli faktörlere ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda, milli markalaşma, Azerbaycan ekonomisinin gelişimine önemli bir destek sağlayabilir. Milli markalaşmanın gerekliliğini belirleyen birkaç önemli neden bulunmaktadır. Öncelikle Azerbaycan'ın para birimi olan manat, kısa süre içinde iki kez devalüasyona uğramış, bu da ekonomik belirsizliklere yol açmıştır. Ayrıca, dünya pazarlarındaki petrol fiyatlarının keskin dalgalanmaları, ülkenin ekonomisini olumsuz etkilemiş ve bu durum, ekonomik istikrarı tehdit etmiştir. Yerli markaların dış pazarlara açılma konusunda genellikle yetersiz deneyime sahip olması veya rekabet güçlerinin zayıf kalması da markalaşmanın önemini artıran unsurlar arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra,

Azerbaycan ekonomisinin istikrarlı bir büyüme sürecine ihtiyaç duyması ve ithalata olan bağımlılığın azaltılması gerekliliği, markalaşma çalışmalarını kaçınılmaz hale getirmektedir. Azerbaycan menşeli ürünlerin rekabet gücünün artırılması için markalaşmanın kritik bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir. 2000’li yıllardan itibaren Azerbaycan, petrol ihracatına dayalı olarak önemli bir gelişme kaydetmiştir. Ancak, bu büyümenin sürdürülebilir olması için devlet, petrol dışı sektörler için ihracatı artırmaya odaklanmıştır. Bu amaçla çeşitli politika ve çalışmalar yürütülmüş, ekonomik çeşitliliği sağlamak için adımlar atılmıştır. 2010’lu yıllarda, devlet yetkilileri, milli markalaşmanın ekonomik istikrar için kritik bir öneme sahip olabileceğini vurgulamışlardır. 2015 yılında dünya genelinde petrol fiyatlarının keskin bir şekilde düşmesi, Azerbaycan ekonomisinde ciddi bir krize yol açmış ve manatın bir yılda %110’dan fazla değer kaybetmesine neden olmuştur. Bu durum, istihdam gibi ekonomik alanlarda ciddi sorunlar ortaya çıkarmış, zira petrol, Azerbaycan’ın ihracat portföyünün %85-95’ini oluşturduğundan, fiyatlardaki bu düşüş ekonomik gelirlerin azalmasına ve sorunların derinleşmesine yol açmıştır. Bu çerçevede, 2016 yılında devlet tarafından milli markalaşma sürecinin başlatılması önemli bir adım olarak görülmüş ve bu süreç, Azerbaycan’ın ekonomik çeşitliliğini artırmak ve petrol dışı sektörlerin ihracat potansiyelini güçlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Böylece, Azerbaycan hem iç piyasalarda hem de uluslararası alanda rekabet gücünü artırmayı hedeflemiştir (Hüseynov, 2019, s. 87).

3.2 “Made in Azerbaijan” Programı

5 Ekim 2016 tarihinde, Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı İlham Aliyev, “Azerbaycan Malı” adı altında petrol dışı yerli ürünlerin uluslararası arenada geniş çapta tanıtımını sağlamak amacıyla bir Kararname imzaladı. Bu Kararname, “Made in Azerbaijan” markasının yurt dışında tanıtılması ve ihracatın teşvik edilmesine yönelik destek önlemlerini içermekte olup, toplamda 10 farklı mekanizmayı barındırmaktadır. Destek tedbirlerinin uygulanmasına ilişkin maliyetler, tamamen veya kısmen devlet bütçesinden karşılanmakta ve Azerbaycan menşeli petrol dışı ürünlerin ihracatıyla uğraşan her ihracatçı, bu destek önlemlerinden yararlanma hakkına sahiptir. Bu adımlar, yerli ürünlerin uluslararası pazarlarda daha rekabetçi hale gelmesine ve Azerbaycan ekonomisinin çeşitlenmesine katkı sağlamayı hedeflemektedir (azpromo.az, 2024).

3.2.1. “Made in Azerbaijan” Programının Hedefleri

“Made in Azerbaijan” milli markalaşma programının öncelikli hedefleri arasında Azerbaycan’ı petrol ve doğal gaz kaynaklarına bağımlı ekonomik yapısından kurtarmak, petrol dışı sektörlerin gelişimini hızlandırmak, işletmeleri ihracata teşvik etmek, işletmelerin katma değeri yüksek

ürünler üretmelerine yardımcı olmak, uluslararası alanda Azerbaycan menşeli markaların ortaya çıkmasını sağlamak ve ülkenin uluslararası alandaki imajını güçlendirmek bulunmaktadır (azpromo.az, 2024).

3.2.2. “Made in Azerbaijan” Programının Sağladığı Destekler

Azerbaycan hükümeti, “Made in Azerbaijan” markası altında yerli, petrol dışı sektörler için marka oluşturma çalışmaları kapsamında çeşitli destekler sağlamaktadır. Bu destekler, genellikle petrol dışı sektörler için odaklanmakta olup, yerel markaların ulusal pazarlara daha düşük maliyetlerle girebilmelerini ve rekabet güçlerini artırabilmelerini hedeflemektedir. Programın sağladığı destekler aşağıdaki gibidir (Hüseynov, 2019, s. 93-95):

1. **İhracat Misyonları:** Yerli işletmelerin ulusal pazarlardaki markalı ürünlerini güçlendirmek, yeni pazarlara giriş yapmak ve yurtdışı pazarlara yeni ürünlerin tanıtımını sağlamak için düzenlenen çalışmalardır. Devlet, organizasyon süreçleri, ulaşım, konaklama, mekan kirası, görüşmeler ve gerekli araç gereçlerin kiralanması gibi masrafları karşılamaktadır. Bu misyonlar yılda en fazla on kez düzenlenebilir ve her bir misyonun süresi en fazla dört gündür.

2. **AR-GE Desteği:** Yeni üretim teknolojilerinin geliştirilmesi ve katma değer yaratma hedefleri için projelere destek kampanyalarını içermektedir. Devlet, belirli bir projeye %50'ye kadar destek sağlamaktadır.

3. **Azerbaycan'da Alıcı Misyonlarının Organizasyonu:** Azerbaycan'da alıcı misyonlarının organizasyonu kapsamında, konukların konaklama, ulaşım, tercümanlık hizmetleri ve toplantı mekanları için gerekli masraflar devlet tarafından karşılanmaktadır.

4. **Pazar Araştırması:** Petrol dışı sektörlerdeki markalı ürünlerin ihracat potansiyelini belirlemek için yapılan pazar araştırmalarında, bir firmanın harcamalarının bir kısmı devlet tarafından karşılanmaktadır.

5. **Azerbaycan Standıyla Uluslararası Fuarlara Katılım:** Azerbaycan'ın petrol dışı sektöründen markaların uluslararası fuarlarda “Made in Azerbaijan” markası altında tanıtılmasını amaçlayan destek programı kapsamında, fuar sürecinin organizasyonu ile ilgili harcamalar devlet tarafından karşılanmaktadır. Bu destekten yararlanarak, markaların ürünleri tek bir stantta sergilenmekte ve fuarın yapıldığı yerde standın kiralama, tasarım ve ürünlerin taşınması gibi masraflar karşılanmaktadır. Bu teşvik programı, bir yılda en fazla on kez kullanılabilir.

6. **Uluslararası Fuarlarda Bireysel Katılım Destekleri:** Petrol dışı sektörler için markalı ürünlerin “Made in Azerbaijan” milli markası altında tanıtılması ve teşvik edilmesini amaçlayan bir destek programı

içermektedir. Bu program, ürünlerin fuara taşınması, fuar alanının kiralanması, standın dizayn edilmesi ve kurulması gibi harcamaların %50'sinin devlet tarafından karşılanmasını sağlamaktadır.

7. Devlete Ait veya Devlete Ağırlıklı Olarak Bağlı Olan Hukuki Kuruluşlar Aracılığıyla “Made in Azerbaijan” Markasının Teşviki: Yerli, petrol dışı sektör markalarının uluslararası pazarlara sunulması ve tanıtılmasını içermektedir. Bu tanıtımlar, devletin yurt dışındaki kuruluşları tarafından gerçekleştirilmektedir.

8. Yurtdışında Faaliyet Gösteren Mağazalarda ve “Duty Free” Mağazalarında “Made in Azerbaijan” Raflarının Oluşturulması: Azerbaycan'ın ulusal markalarını tanıtmayı ve teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Devlet, bu rafların kurulumu, kira giderleri, gümrük vergileri ve denetim masraflarını karşılamaktadır.

9. Yurtdışı Pazarlarda Reklam Harcamaları Desteği: Azerbaycan menşeli ürünlerin “Made in Azerbaijan” milli markası altında yabancı devletlerin toplumsal alanlarında ve kitle iletişim araçları aracılığıyla tanıtılmasını amaçlayan reklam kampanyalarını içermektedir. Bu kapsamda, reklam kampanyalarının harcamaları devlet tarafından karşılanmaktadır.

10. Patent ve Sertifika Desteği: “Made in Azerbaijan” milli markasının desteklenmesi amacıyla yerli markaların uluslararası patent ve sertifikalarının temin edilmesine yönelik bir destek sunulmaktadır. Bu destek kapsamında, markaların yurt dışında kayıt işlemleri için harcamış oldukları masrafların %50'si devlet tarafından karşılanmaktadır.

3.2.3. “Made in Azerbaijan” Programının Başvuru Koşulları

Programa başvuruda bulunan ihracatçılar, belirli bir kriter seti doğrultusunda seçilmekte ve seçilen ihracatçıların duyuruları, kura tarihinden en az 15 gün önce resmi web sitesinin duyurular bölümünde yer almaktadır. Başvuruların alınmasının ardından Ekonomi Bakanlığı tarafından kurulan rekabet komisyonu, belirlenen tarihte ihracatçı seçimi konusunda başvuruları değerlendirerek karara bağlamaktadır. Başvurular aşağıdaki kriterlere göre değerlendirilmektedir (azpromo.az, 2024):

- İhracatçının ürüne yönelik üretim potansiyeli,
- İhracatçının hedef ülke ya da ülkelere yönelik ihracat potansiyeli,
- İhracat deneyiminin olup olmadığı.

Başvuru seçim kriterlerine göre minimum geçme puanını elde eden adaylar belirlenmektedir. Belirlenen adayların başvuru sonuçları, seçim sürecinden sonraki iki iş günü içinde kendilerine iletilmektedir

Sonuç

Modern pazarlama bağlamında markalaşma kavramı, yalnızca ürün, hizmet ve şirket markalaşması ile sınırlı kalmayıp, aynı zamanda devlet markalaşmasını da kapsamaktadır. Ticari anlamda, marka ile milli marka kavramları arasında benzerlikler bulunmaktadır. Milli marka, markalaşma sürecinin uluslararası düzeydeki bir yansımasıdır. Başka bir ifade ile milli marka, markalaşma ve pazarlamanın küreselleşmiş bir versiyonunu temsil etmekte olup, uluslararası alanda bir ülkenin imajını yansıtmaktadır.

Türkiye ve Azerbaycan gibi Orta Doğu ve Kafkasya'nın önde gelen ülkeleri, son yıllarda küresel pazarda milli markalarını oluşturma konusunda önemli adımlar atmışlardır. Türkiye, son yıllarda dünya çapında tanınan markaların ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. Türkiye'nin marka oluşturma stratejisi hem kültürel mirası vurgulamak hem de moderniteyi yansıtmak üzerine kuruludur. Özellikle tekstil, gıda ve inşaat gibi sektörlerde Türk markaları, kaliteli ürünleri ve rekabetçi fiyatlarıyla uluslararası pazarlarda yer edinmiştir. Azerbaycan, Türkiye gibi, kültürel mirasıyla öne çıkan ve bölgesel bir güç olarak kabul edilen bir ülkedir. Ancak, Azerbaycan'ın marka oluşturma süreci daha yenidir ve daha az gelişmiştir. Ülke, son yıllarda uluslararası alanda tanınmış markalar yaratma yolunda adımlar atmıştır. Ancak, Azerbaycan'ın marka oluşturma sürecinde altyapı eksiklikleri ve ekonomik kısıtlamalar gibi zorluklarla karşılaştığı gözlemlenmektedir.

Türkiye ve Azerbaycan'ın marka oluşturma süreçleri karşılaştırıldığında, her iki ülkenin de benzer coğrafi, kültürel ve tarihi bağlantıları olmasına rağmen, marka oluşturma süreçlerinde benzerlikler kadar farklılıklar da bulunmaktadır. Her ikisi de kültürel mirası vurgulamak, yerel ürünleri ve hizmetleri tanıtmak ve uluslararası alanda rekabet edebilmek için çaba harcamaktadır. Ancak, Türkiye'nin marka oluşturma sürecinde daha fazla deneyime ve kaynağa sahip olduğu ve bu nedenle daha büyük bir başarı elde ettiği söylenebilir. Azerbaycan ise daha yeni ve sınırlı kaynaklarla çalışarak marka oluşturma yolunda adımlar atmaktadır.

Sonuç olarak, her iki ülkenin de marka oluşturma sürecinde önemli ilerlemeler kaydettiği görülmektedir. Ancak, Türkiye'nin daha fazla deneyim ve kaynağa sahip olması, marka oluşturma konusunda daha büyük bir avantaj sağlamaktadır. Azerbaycan ise sınırlı kaynaklarla bile marka oluşturma yolunda önemli adımlar atmaktadır ve gelecekte daha da büyüyecek potansiyele sahiptir. Bu nedenle, her iki ülkenin de marka oluşturma sürecinde dikkate değer başarılar elde ettiği ve uluslararası arenada daha da tanınabilir hale geldiği söylenebilir. Ayrıca sağlanan desteklerle birlikte her iki ülkede de daha fazla markanın "milli marka" olması ülkelerin rekabet gücü elde etmeleri açısından önemlidir.

KAYNAKÇA

- Aktuğlu, I. K. (2022). *Marka Yönetimi: Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler*, 8. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- AMA- American Marketing Association (2024). <https://www.ama.org/topics/content-and-branding/> (Erişim Tarihi: 01.11.2024).
- Aras, O. N., & Süleymanov, E. (2016). "Azərbaycan İqtisadiyyatı", 2-ci Nəşir. Bakı: Şərq-Qərb Mətbəəsi.
- azpromo.az. Made in Azerbaijan: <https://azpromo.az/az/page/made-in-azerbaijan> (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2024).
- Can, E. (2007). Marka ve Marka Yapılandırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 22(1), 225-237.
- Çam, S. (2012). *İşletmelerde 30 Soruda TURQUALITY*. İstanbul: Hayat Yayın Grubu.
- Demirel, H. (2003). *Markanın Yeni Tanımı*. Capital Dergisi, Sayı 3.
- Göksu, O. (2019). Türkiye'nin Ülke Markasının İnşası Sürecinde Kamu Diplomasisi Ekseninde Sporon Rolü. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 5(2), 403-433.
- Guliyeva, S. (2017). *Ülke İmajını Etkileyen Unsurlar: Azerbaycan Üzerine Bir İnceleme Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gültekin , B. (2013). Türkiye'nin Uluslararası İmajında Yükselen Değerler ve Eğilimler. *Selçuk İletişim*, 4(1), 126-140.
- Haigh, D., & İlgüner, M. (2012). *Marka Değeri*. İstanbul: Markating Yayınları.
- Hüseynov, A. (2019). *Küresel Pazarlarda Milli Markanın Yaratılması ve Azerbaycan Örneği Yüksek Lisans Tezi*. Bursa: Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kadat, N., & Teker, S. (2019). Turquality Devlet Destekleri ve Markalaşmadaki Önemi. *PressAcademia Procedia (PAP)*, 9(1), 220-225.
- Karaman, M. E. (2012). Marka Oluşturma Aşamasında Amblemin Yeri ve Önemi. *Sanat Dergisi*, (20), 107-115.
- mdu.edu.az. Azərbaycanın Beynəlxalq Aləmdə İmici Hər Zaman Müsbət Olub: <https://mdu.edu.az/ru/az-rbaydzan-n-beyn-lkhalg-al-md-imidzi-h-r-zaman-m-sb-t-olub/> (Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2024).
- Moore, K., & Reid, S. (2008). *The Birth of Brand: 4000 Years of Branding History*. Munich Personal RePEc Archive, MPRA Paper No. 10169.
- Ögel, İ. Y., Ögel, S., & Helvacıoğlu, E. T. (2016). The Role of Government Incentives in Creating Global Brands: An Example of Government Incentive from

- Turkey. *International Marketing Trends Conference, Venice-January 21st-23rd*, 1-19.
- Özbaysal, T., & Onay, M. (2018). Markalaşmanın Uluslararasılaşmaya Etkisi: Turquality Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (20), 181-198.
- Toksarı, M., & İnal, M. E. (2012). *Tüketici Temelli Marka Değerinin Ölçümü*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Tunç, A. (2003). Dünyadaki Türkiye İmajının Turizm Sektörüne Etkisi ve Bir Uygulama. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 38-54.
- Türkpatent- Türk Patent ve Marka Kurumu (2024) Marka nedir? <https://www.turkpatent.gov.tr/marka> (Erişim Tarihi: 21.11.2024).
- Turquality (2024a) TURQUALITY® Nedir? <https://turquality.com.tr/tr/turquality-nedir> (Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2024).
- Turquality (2024b) Misyon ve Hedefler <https://turquality.com.tr/tr/misyon-ve-hedefler> (Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2024).
- Turquality (2024c) TURQUALITY® Destekleri <https://turquality.com.tr/tr/hizmet-ihracati-destekler-destek-tablosu> (Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2024).
- Turquality (2024d) Gelişim Yol Haritası <https://turquality.com.tr/tr/gelisim-yol-haritasi> (Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2024).
- Turquality (2024e) 5973 Sayılı Karar Kapsamında Nasıl Başvurulur <https://turquality.com.tr/tr/mal-ihracati-nasil-basvurulur> (Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2024).
- Turquality (2024f) Firma Ön İnceleme Çalışması ve Kapsama Alınma <https://turquality.com.tr/tr/firma-on-inceleme-calismasi-ve-kapsama-alinma> (Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2024).
- Ünal, T. D., Nacar, R., & Şeker, A. (2020). Küresel Milli Markalaşma ve TURQUALITY® Programı. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (24), 591-618.
- Ünüsan, Ç., & Sezgin, M. (2007). *Pazarlama İlkeleri*. Konya: Literatürk.
- Vuran, Y., & Afşar, A. (2016). İşletmelerde Marka ve Marka Stratejileri. *International Journal of Academic Value Studies*, 2(6), 28-39.
- Yang, D., Sonmez, M., & Li, Q. (2012). Marks and Brands: Conceptual, Operational and Methodological Comparisons. *Journal of Intellectual Property Rights*, (17), 315-323.

Bölüm 4

KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLAMASI

Bekir KORKMAZ¹

Aydın ASLAN²

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Karabük, Türkiye, bekirkorkmaz@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9510-8636

² Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, ORCID ID: 0009-0008-8188-4413

1. Giriş

Küresel ısınma, biyoçeşitlilik kaybı, doğal kaynakların tükenmesi, yoksulluk, ayrımcılık ve insan hakları ihlalleri gibi sorunlar, insanlığı yeni bir düzen arayışına itmekte; bu süreçten iş dünyası ve toplumun tüm kesimleri etkilenmektedir. Günümüzde işletmelerin sürdürülebilir ve kârlı bir büyüme sağlaması, çevreye ve insana duyarlı, kurumsal yönetim ilkelerini benimsemelerini zorunlu kılmaktadır. Toplumun tüm kesimlerinde hem mevcut hem de gelecek nesillere karşı sorumluluk bilinci giderek daha çok kabul görmektedir (Aksoy, 2019). Bu nedenle sürdürülebilirlik, günümüzde bireylerin, işletmelerin ve devletlerin karşı karşıya kaldığı en önemli meselelerden biridir. Küreselleşme, toplumsal değişimler ve gelişmeler sonucu kurumların sorumlulukları genişleyerek kâr elde etmenin ötesine geçmiştir. Günümüzde kurumlar, toplumdan onay alabilmek için topluma yarar sağlayan eylemler gerçekleştirmekte, ayrıca ürün ve hizmetlerinde çevreyi koruma, doğal kaynakları sürdürülebilir kullanma gibi sorumlulukları üstlenmektedir. İşletmelerin topluma katkı sağlayan faaliyetleri kurumlar için bir tercih değil, bir gereklilik haline gelmiştir (Hopwood et al., 2010)

Bu bağlamda, sürdürülebilirlik kavramı; çevresel, sosyal ve ekonomik boyutlarıyla çok yönlü bir anlayışı zorunlu kılmaktadır. İşletmelerin faaliyetleri yalnızca ekonomik kazançlarla sınırlı kalmamalı, aynı zamanda çevre, toplum ve paydaşlar nezdinde taşıdıkları sorumlulukları da göz önünde bulundurmalıdır. Sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi, bu kavramın temel ilkelerinin anlaşılmasına katkıda bulunmakta ve zamanla evrilen kavramlar arası etkileşimleri ortaya koymaktadır. Özellikle son yıllarda, sürdürülebilirlik raporlaması, işletmelerin sosyal ve çevresel etkilerini şeffaf bir biçimde ortaya koyarak hesap verebilirliklerini artırma yönünde önemli bir araç haline gelmiştir. Bu çalışma, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarını, sürdürülebilirliğin tarihsel gelişimini, sürdürülebilir kalkınmanın boyutlarını, kurumsal sürdürülebilirlik uygulamalarını ve sürdürülebilirlik raporlaması konseptini ele alarak, sürdürülebilirlik uygulamalarının önemini vurgulamayı amaçlamaktadır.

2. Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma Kavramları

İşletmeler toplumun refahını artırmada önemli bir aktördür. Kapsamlı mal ve hizmet sunumu ile ürün portföyü, işletmelerin topluma sağladığı olumlu katkılar arasında yer alır ve toplumun yaşam standardını yükseltir. Ancak işletme faaliyetleri, çalışan hakları, atık maddeler ve çevre kirliliği gibi çevresel ve sosyal sorunlara neden olabilir. İşletmenin çevreye verdiği olumsuzlukların paydaşlar tarafından yakından takibi sorumluluk ve sürdürülebilirlik kavramlarının öne çıkmasına neden olmuştur (Tüm, 2014).

Sürdürülebilirlik, dünya genelinde farklılaşan bakış açılarına bağlı olarak işletmeler için giderek daha fazla zorunluluk haline gelmektedir. Kurumsal sorumluluk alanındaki beklentilerin fazlaşması ve şeffaflığın yaygınlaşması da işletmeleri sürdürülebilirlik konusunda harekete geçirmeyi teşvik etmektedir (Uygurtürk, 2022). Küresel ısınmanın etkilerinin giderek daha fazla hissedildiği günümüz dünyasında işletmelerin doğayı önemli bir paydaş olarak görüp sosyal sorumluluk anlayışıyla hareket etmeleri gerekmektedir. Bu açıdan işletme faaliyetlerinin her aşamasında kurumsal bir duruşla sürdürülebilirlik politikaları oluşturulması önemlidir. Aynı zamanda günümüzde işletme yöneticilerinin alacakları kararlara yön veren verimlilik ve karlılık gibi önemli parametrelere ek olarak sürdürülebilirlik parametrelerinin de dikkate alınması gelecek nesillere daha temiz bir dünya bırakmak açısından hayati önem taşımaktadır. Bu bağlamda işletmelerin her yıl faaliyetleri hakkında sadece finansal sonuçları değil aynı zamanda finansal olmayan boyutlar hakkında da ihtiyaç duyulan bilgileri raporlaması beklenmektedir (Vargün ve Ok, 2019:73).

“Kesinti ya da azalma olmadan varlığını devam ettirebilme kapasitesi” olan sürdürülebilirlik, son yıllarda çok sık kullanılan bir olgudur. Günümüzde, teknoloji, değişim, refah seviyesi, yaşam kalitesi, sanayileşme ve ekonomi gibi terimler sürdürülebilirlik kavramının gelişmesine neden olmuştur. Sürdürülebilir alanda kendine yer edinen sürdürülebilir kavramının hem ulusal hem de uluslararası düzeyde en fazla tartışılan konular arasında yer almaktadır (Özkan vd., 2018). Yine son zamanlarda en fazla tartışılan konuların başında bozulma ve şiddet kavramları gelmektedir. Günümüzde en çok tartışılan bu konular; sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarını oluşturmaktadır. Enerji, ekonomi ve çevre üçgeninin merkezi konumundaki sürdürülebilirlik, hükümetlerden uluslararası örgütlere, sosyal bilimcilerden doğa bilimcilerine kadar geniş bir yelpazede ele alınmaktadır. Bu kavramın çok boyutlu yapısı, çeşitli bilim dallarının farklı yaklaşımları ile geliştirilmesine yol açmıştır. (Yeni, 2014). İşletmeler toplum tarafından sadece bilançoları, sağladığı istihdam ve elde ettiği karlar gibi finansal verileriyle değil sosyal sorumluluk anlayışına verdikleri önemle de değerlendirilmektedir (Ateşoğlu ve Türker, 2010). Günümüzde küresel ısınma, çevre kirliliği ve yoksulluk gibi sorunlar nedeniyle gezegenin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla önlem alınmasını gerekmektedir. Kontrolsüz hızlı nüfus artışı ve doğal çevrenin tehdit altında olması gibi sorunların çözümü amacıyla uluslararası platformlarda ve farklı oluşumlarda bu sorunlar gündeme getirilmektedir (Engin & Akgöz, 2013).

Sürdürülebilirliğin kabul görmüş tanımı, sürdürülebilir kalkınmaya odaklanarak, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kapasitesinden yoksunluk göstermeden günümüzün ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan gelişme biçimi olarak kabul edilmektedir (Pitelis, 2013).

İnsanoğlu, var olduğu zamandan itibaren, doğayı yenileme fırsatı vermeden üretim kaynağı olarak hızla tüketmeye devam etmektedir. Üstelik üretim yaparken çevreye bıraktığı atıklarla telafisi zor bir yapı bırakmaktadır. Sürdürülebilirlik, ekonomik yönü ağır basan ve üretim, tüketim ve ihtiyaçlar doğrultusunda gelişen bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Sonuç itibari ile sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınmanın aynı anlama geldiğiyle ilgili bir anlayış vardır (Kuşat, 2012). Bunun nedeni işletme faaliyetlerinin yarattığı olumsuz sonuçlar olduğu görülmektedir. İşletmeler faaliyetlerini olumsuzluklar olmadan sürdürülebilir şekilde yürütmeliler. Bu olumsuzluklar sonucu kalkınma ifadesi sürdürülebilir kalkınma olarak ifade edilmeye başlanmıştır. Üretimden tüketime kadar olan tüm süreçlerin çevresel uyum içerisinde yürütülmesi ve kalkınmanın zarar verdiği sosyal ve çevresel etkilerin kademeli bir şekilde azaltılmasını içeren ekonomik büyümeye sürdürülebilir kalkınma denir (Roper, 2012). İşletmeler, geçmişte düzenledikleri sosyal sorumluluk kampanyaların ötesine geçerek kendi faaliyet alanlarına yönelik projeler üretmeye başlamış ve gelecekte de var olabilmek için sürdürülebilirliğin ve çevrenin önemini gündemlerine almışlardır. Böylece şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk kavramı gereği doğadan aldıkları kaynağı tekrar doğaya kazandırmak için çevresel sürdürülebilirlik karşımıza çıkmıştır. Gelecekte sürdürülebilir kalkınmanın hem çevresel kaynaklarla hem de erişilebilirlikle ilgili olması sürdürülebilir gelecek ile kurumsal sosyal sorumluluğun arasındaki bağı oluşturmaktadır (Sancar, 2013). Sürdürülebilir kalkınmanın hayata bakış açısı önemlidir. Mali krizlerin, açlıkların azalması, bireylerin eşit eğitim alması ve nesli tükenmek üzere olan varlıkların korunması, çevrenin kirletilmemesi ve alternatif enerji kullanımı sürdürülebilir kalkınma ile ilgilidir. Bunun sayesinde doğal kaynakların gelecek nesillere kalacak şekilde korunması sağlanacaktır.

3. Sürdürülebilirliğin Tarihsel Gelişimi

Sürdürülebilir kalkınmanın tarihi, neredeyse iki yüzyıl geriye uzanmaktadır. Bu kavram, Carlowitz'in orman bilimleri alanında kaleme aldığı ilk kitapla 1713 yılında ortaya çıkmıştır. Carlowitz, günlük kullanılan ekmek gibi kerestenin de o kadar önemli olduğunu belirtmiş ve bunun büyük bir titizlikle ele alınması gerektiğini ileri sürmüştür (Keiner, 2005). W. Stanley Jevons 1866 yılında kömürün israfça tüketimi değişmezse, İngiltere'nin kömür rezervinin biteceğini ve endüstriyel hakimiyetinin sona ereceğini yazmıştır (Du Pisani, 2006: 86). Sürdürülebilirlik kavramı eski zamanlara kadar uzansa da modern kavram anlayışı ve uluslararası düzeyde tanınması, İsveç'te 1972 yılında düzenlenen Stockholm Conference on the Human Environment ile başlamıştır. (Barral, 2012). Konferanstan sonra Birleşmiş Milletler (BM) Çevre Programı (UNEP) kurularak 5 Haziran 'çevre günü' olarak belirlenmiştir. 1987 yılında ise BM genel kuru-

lunda Brutland Raporu adı verilen “Ortak Geleceğimiz” yayınlanmış ve günümüzdeki sürdürülebilir kalkınmanın tanımı ortaya konmuştur (Tıraş 2012). Sürdürülebilirlik; stratejik hareket ederek bugününün mevcut ihtiyaçlarının karşılanarak gelecek nesillerin ihtiyaçlarının da karşılanmasını ifade etmektedir (Orha Hazar, 2023).

Uluslararası Çevre ve Kalkınma Konferansı’na katılanlar, (1992) insanların karşı karşıya kaldıkları ekonomik büyüme, sosyal eşitlik ve sürdürülebilir çevreye yönelik sorunların farklı yollardan çözülemeyeceğini fark etmişlerdir. Toplumların ve güçlü ekonomilerin, yoksulluk içinde ve kirli bir dünyada var olamayacağı düşüncesinden hareketle sürdürülebilir kavramı giderek daha önemli hale gelmiştir (Nunes vd, 2010). Gelecek nesiller için bir gereklilik olan sürdürülebilirlik iş dünyası tarafından kabul görmüştür. Ekonominin temel yapı taşı olan işletmelerin desteği olmadan sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşmeyeceği aşikardır.

Sürdürülebilir kalkınma, Dünya Bankası’nın 1989 yılındaki raporunda, kişi başına azalmayan fayda olarak tanımlanmıştır. Bu tanım, kuşaklar arası özgürlük ve eşitlik açısından bir ölçüt olarak değerlendirildiğini açıkça ortaya koyuyor. Doğal kaynakları kullanmanın yarattığı çevresel maliyetlerden başlayarak, yoksulluktan insanoğlunun gelişmişliğine kadar kapsamlı bir alanda ele alınması gereken bu kavram hem mevcut hem yarının ekonomilerine yol göstermektedir (Karabıçak ve Özdemir, 2015). Birleşmiş Milletler tarafından 1997 yılında Japonya’nın Kyoto şehrinde yapılan toplantıda, hükümetlerce imzalanan Kyoto Protokolü, günümüze kadar imzalanmış kapsamlı bir iş birliği anlaşmasıdır. Dünya çapında önemli bir etki yaratan Kyoto Protokolü, tüm ülkeler için ortak ama farklılaştırılmış sorumluluklar yüklemektedir (Aksu, 2011). 2009 yılında Türkiye bu protokole taraf olmuştur. Sürdürülebilirlik kavramı dünyada olduğu kadar ülkemizde de kabul görmekte ve işletmeler bu yönde atım atmaktadır. Ülkemizde (2019–2023) XI. Kalkınma Planı’nda yer alan ibare şöyledir. “Sürdürülebilir kalkınma ve kapsayıcı büyüme, istikrarlı bir ekonomiyi hedefleyen etkin ekonomi politikaları ile huzurlu bir topluma yönelik sosyal politikaların bir arada ve koordine bir şekilde yürütülmesi yoluyla mümkündür.” Sürdürülebilir çevre ve yaşanabilir şehirler hedef planında yer almıştır. Planda ayrıca “sürdürülebilir kalkınma amaçları” alt başlıkta ele alınmış, amaçların politikalara uygulamak, takip etmek ve kontrolün gerçekleştirmek olduğu belirtilmiştir (Bolayır ve Eroğlu, 2024).

4. Sürdürülebilir Kalkınma Boyutları

İşletmeler, ana faaliyetlerine ek sosyal sorumluluk projelerine ve çevreye duyarlı davrandıklarında rekabette rakiplerini geride bırakabilirler. Çevresel, sosyal ve ekonomik faaliyetlerin düzenlenebilmesi, sürdürülebilirliğin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. İşletmeler, sundukları raporlar ile ekonomik ve sosyal sorumlulukları kapsamında yürüttükleri plan, proje ve faaliyetleri kullanıcılarına sunarlar. Sunulan bu rapor aracılığı ile işletmeler paydaşları ile sürekli iletişim halindedir. Sürdürülebilirlik, devam edecek yaşam dağılımının sosyal, ekonomik ve çevresel unsurlarını içermektedir (Fonseca & Carvalho, 2019). Bu unsurlardan oluşan kurumsal sürdürülebilirlik performansı, çok sayıda göstergeden oluşmaktadır. Göstergelerin fazla olması, kurumsal sürdürülebilirlik performansın değerlendirilmesinde zorluklar yaratmaktadır. Bu koşulların tek bir kritere indirgenmesi gereklidir. ÇKKV yöntemleri, kurumsal sürdürülebilirlik değerlendirmeleri için uygun bir çerçeve sağlar. Ayrıca, bu çerçeve sonuçları belirli ağırlık etkisi yarattığından, şeffaf, katılımcı ve disiplinler arası çalışma imkânı tanımaktadır (Erol, Sencer, & Sarı, 2011). Sürdürülebilir kalkınma, son zamanlarda yoğun bir şekilde tartışılmakta ve çeşitli bilim dallarının ilgi alanına giren bir konu olarak varlığını sürdürmektedir. 1980'lerin sonlarında ortaya çıkan bu kavram, günümüzde de kapsamını koruyarak tartışılmaya devam edilmektedir. Sürdürülebilir kalkınma, ülkelerin sosyal, çevresel ve ekonomik olarak gelişimine katkı sağlayan bir kavramdır. Bu kavramın ortaya çıkmasında, dünya ülkeleri ile uluslararası büyük şirketlerin yalnızca üretim odaklı faaliyet göstermesi, gelişen ülkelerde yoksulluğa ve gelir adaletsizliğine yol açılmasıdır. Ülkeler 1970'li yıllardan itibaren, geliştirdikleri politikalarla bu sorunların çözümüne odaklanmışlardır. Buna ek olarak, yaşanan büyük krizler, çevre felaketleri, kalkınmada çevrenin de önemli olduğunu göstermiştir (Engin & Akgöz, 2013).

Sürdürülebilir kalkınma hem mevcut nesil için hem de gelecek dönem nesiller için daha yüksek yaşam kalitesi sağlamayı hedeflemektedir. Bu amaca ulaşmak, küresel düzeyde eş zamanlı olarak dört temel hedefin gerçekleştirilmesini gerektirir. (Zabihi vd., Habib, 2012):

- İhtiyaç tanımı yapılan sosyal ilerleme
- Çevrenin korunması
- Kaynakların etkin kullanımı
- Ekonomik istikrar ve yüksek istihdam seviyesi

Sürdürülebilir kalkınmanın boyutları, bireylerin yaşamı etkileyen sosyal, ekonomik ve çevresel unsurlardan oluşmaktadır (Fonseca & Carvalho, 2019). Bunlar;

Ekonomik Sürdürülebilirlik: Ekonomik perspektiften sürdürülebilirlik, durmaksızın mal ve hizmetlerin sunulup üretildiği, gelecek nesillere yüksek yaşam standardının sağlandığı, hükümetin dış borcu koruyabildiği, parasal adaleti sağlayabildiği, tarıma veya endüstriye zararı olan sektörel dengesizliklerden uzak kalındığı, sosyal ve ekolojik bir sistem inşasıdır (Stead & Stead, 2004;Gedik, 2020)

Sosyal Sürdürülebilirlik: Sosyal açıdan sürdürülebilirlik, iyi bir sağlık ve eğitim sistemi, toplumsal eşitlik, hesap verilebilirlik gibi yeterli sosyal hizmetlerin sağlanmasıdır. Ayrıca işletme eylemlerinin toplum üzerinde en üst seviyede olumlu etki ettiği, olumsuz etkilerin de en aza indirildiği uygulamalardır. Kurumsal sosyal sorumluluğun ele aldığı ilkeler, ekonomik, hukuki, etik ve gönüllülük ilkeleridir. İşletmeler, ortaklarının beşerî sermayelerini geliştirmenin yanı sıra toplumsal sermayenin de gelişmesine katkıda bulunarak topluma değer katarlar. Paydaşlar sürdürülebilirlik sayesinde işletme hedeflerini daha iyi anlayabilecek ve değer sistemiyle işletmeyle uyum içinde olabileceklerdir (Dyllick ve Hockerts,2002;Tüm, 2014). Toplum, sosyal sürdürülebilirlik sayesinde işletmeyi kabul edebilecek ve meşruiyetini tanıyacaktır.

Çevresel Sürdürülebilirlik: Bu sistemde doğal kaynakların sürekliliğinin sağlanarak yenilebilir kaynakların aşırı tüketilmesi önlenmeli, yenilebilir olmayan kaynakların ise yeterli ölçüde kullanılarak istikrarlı bir kaynak tabanı oluşturulmalıdır. Böylece biyolojik çeşitlilik ile atmosferik istikrar sağlanacak ve ekosistem işlevini yerine getirecektir (Gedik, 2020) işletmeler, doğal kaynakları etkin kullanır, doğal kaynakların yenilenme kapasitesine dikkat eder ve çevreyi kirleten etkileri en alt seviyeye indirirse sürdürülebilir işletme kategorisinde yer alır (Hernadi, 2012). Ayrıca sürdürülebilir işletmeler, doğanın insanoğluna sunduğu olanak ve hizmetlerine karşı faaliyetleri ile zararı olmayan kuruluşlardır (Dyllick ve Hockerts, 2002).

5. Kurumsal Sürdürülebilirlik

Kurumsallaşma ile işletmeler büyüyebilmekte ve faaliyetlerini sürdürebilmektedir. Büyük işletmeler hızlıca kurumsallaşırken küçük işletmelerin de kurumsallaşması için çaba göstermeleri gerekir. Kurumsallık ile işletmelerin ömrünün uzun olduğu bilim insanları tarafından dile getirilmektedir. İşletme kurabilmek için bazı hukuki işlemlerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu işlemler kurumsallaşmanın ilk adımıdır. İşletmeler kurulduktan sonra kurumsallaşmak için öncelikle profesyonel yöneticilerle çalışması ve onlara güvenmesi gerekmektedir (Kardeş Selimoğlu ve Özbek, 2018). Dolayısıyla işletmeler kurulduktan sonra gerekli prosedürlere uyar ve faaliyetlerini bu normlara göre yerine getirirse kurumsallaşmanın temelini atmış olur. İşletmeler, ekonomik hedeflerinin yanı sıra

yasal düzenler, duyarlı tüketiciler, paydaş baskıları, kurumsal birimlerin stratejik etkisiyle çevresel, sosyal ve ekonomik alanlarda yeni yöntemler üretmek zorunda kaldılar. Bu yeni yöntemler, kurumsal sürdürülebilirlik uygulamaları olarak adlandırılmıştır. (Erol ve Ayboğa, 2021). “Kurumsal sürdürülebilirlik, sosyal, ekonomik ve çevresel değerler arasındaki dengeyi sağlamak amacıyla, işlemlerini planlı ve stratejik yönetim sürecini parametrelere göre tanımlayan bir kavram” olarak nitelendirilmiştir (Signitzer & A., 2007). Ayrıca işletme ve paydaşların mevcut ihtiyaçlarının karşılanması sağlanırken, gelecekte de ihtiyaç duyacakları beşerî ve doğal kaynakların korunmasına imkân sunan faaliyetlerdir (Roca ve Searcy, 2012).

“Kurumsal Sürdürülebilirlik” kavramı “kurumsal sosyal sorumluluk” (KSS) kavramının yerini almaktadır. Önceden (KSS) raporlarını yayımlayanlar, artık sürdürülebilirlik raporlarını yayınlamaktadır. Bu değişim bize KSS’tan “kurumsal sürdürülebilirliklerinin sorumluluğu”na evrildiğini göstermektedir. Bu yeniliğin kurumların çıkarlarını değiştirmedeği aşıkardır. Kurumların çıkarları arasında; kurum varlıklarının devamlılığı, kârlılığını korunması, itibarın sağlamaştırması ve marka değerini artırması gibi unsurlar yer almaktadır (Sancar, 2013).

Bir örgütün toplumda kabul edilmesinin sürdürülebilirliği, yalnızca toplumsal sorunların varlığının bilinmesiyle değil, aynı zamanda bu sorunlar hakkında somut adımlar atmasına bağlıdır. Kurumun büyümesi ile ticari başarının birlikte artması, toplumun beklentilerini de paralel bir şekilde artırmaktadır. Bu bağlamda, sosyal kurumsal sorumluluk programlarının problem çözücü bir niteliğe sahip olması ve bazı sorunları ele alarak bunların çözümüne yönelik aktif çaba göstermelidir (Okay ve Okay 2005). Teknolojik gelişim sonucu, tüm paydaşlar ülkelerin hem ulusal sorunlara hem de tüm dünyada meydana gelen ekonomik, sosyal ve çevre ile ilgili problemlere çözüm üretmesini beklenmektedir.

KSS’in bilincinde olan işletmeler, yeni pazarlara girişte ve müşteri güvenini kazanma konusunda diğer işletmelere göre avantajlıdır. Günümüzde kurumsal şirketler, yatırıma başlamadan önce iş yapacağı işletmenin sosyal sorumluluk faaliyetlerini ve performansını değerlendirmektedir (Mohr ve Webb 2005).

6. Sürdürülebilirlik Raporlaması

Günümüzde işletmelerin başarısı yalnızca ekonomik performanslarına bakılarak değil çevresel ve sosyal başarıları da göz önünde bulundularak değerlendirilmektedir. Sürdürülebilirlik raporlaması, sosyal, çevresel ve ekonomik özellikteki finansal olmayan bilgilerin tüm hissedarlara hesap verebilirlik ilkesi doğrultusunda sunulmasıdır. Bu raporlama, işletmelerin toplum ve çevre üzerindeki olumsuz dışsallıkları azaltmaya yönelik gerçekleştirdikleri faaliyet ve yatırımları kamuoyuna duyurması-

na olanak sağlamaktadır (McAteer, 2021 & Lawyer ve Gbangbola, 2020). Sürdürülebilirlik raporları, şirketlerin sürdürülebilirlik amaçlarına ulaşma düzeylerini, bu alandaki taahhütlerini yerine getirme süreçlerini ve gelecekte planladıkları adımları ortaya koymaktadır. Raporların içeriği, işletmenin faaliyet gösterdiği sektöre ve coğrafyaya göre farklılık gösterebilir; ancak çoğunlukla sürdürülebilirlik ile ilgili ana konuları kapsar. Bu konular ise; Çevresel Performans, Sosyal Performans, Ekonomik Performansdır (Fitzpatrick et al., 2014; Öztürk & Karcıoğlu, 2021). Sürdürülebilirlik işletmelere sağladığı fayda, maliyet, değer yaratma ve sermaye maliyeti yaklaşımlarıyla incelenmektedir. Sermaye maliyeti yaklaşımı, sürdürülebilirlik raporlamasının işletme maliyetlerini artırarak piyasa değerini düşürebileceğini öne sürmekte ve bu raporlamaların kâr amacı gütmeyen kuruluşlarca gerçekleştirilmesi gerektiğini savunmaktadır (Bilcan, ve diğerleri, 2020; Arvidsson, 2019). Sürdürülebilirlik raporlaması, yöneticilere ekonomik büyüme ile çevresel ve sosyal ihtiyaçların dengelenebilmesi amacıyla gerekli bilgileri sağlamaktadır. Bu raporlardan elde edilen veriler, yöneticilerin işletme yönetim fonksiyonlarının her aşamasında sürdürülebilirlik anlayışını entegre etmelerini kolaylaştırmaktadır (Akarçay, 2014).

Sürdürülebilirlik raporları, organizasyonun işlemlerinin hem finansal hem de finansal olmayan açılarını eşit bir şekilde ele alan bir raporlama sistemidir (Vargün, 2020:348).

6.1. Finansal Raporlar ile Sürdürülebilirlik Raporları Arasındaki Farklar

Finansal raporlama ile Sürdürülebilirlik raporlaması arasındaki farklılıklar, ekonomik bakış açısı, odak noktası, zaman ölçeği, veri türleri, önemlilik ve kullanıcılar açısından değerlendirilmektedir (Kaplanoğlu ve Yükücü, 2016).

Finansal raporlama, bir işletmenin geçmişteki ve güncel mali durumunu detaylı bir şekilde gösterir. Sürdürülebilirlik raporlaması ise işletmelerin gelecekteki performansını etkileyen sosyal, ekonomik ve çevresel etkinliklerinin sonuçlarını gösterir. Finansal raporlarda gerçekleşmiş verilere dayanarak analizler yapılırken, sürdürülebilirlik raporlarında işletme faaliyetlerinin gelecekteki etkileri değerlendirilir. Ayrıca, finansal raporlarda işletmelerin performans sonuçları sadece işletme seviyesinde ele alınırken, sürdürülebilirlik raporları küresel ölçekteki etkileri de dikkate almaktadır. Finansal raporlar, finans ve muhasebe bölümleri arasındaki dayanışma ile oluşturulurken, sürdürülebilirlik raporlarının hazırlanması için tüm birimlerin uyumlu bir şekilde çalışması gerekir (Öktem, 2018; BİST, 2014).

Finansal raporlar, genellikle yasal bir zorunluluk olarak hazırlanırken, sürdürülebilirlik raporlarının hazırlanması günümüzde gönüllülük esasına dayanmaktadır. Bu durum, finansal raporlamanın yasal düzenlemelere bağlı olmasına karşın, sürdürülebilirlik raporlamasının daha çok işletmelerin tercihine ve stratejik hedeflerine dayalı bir süreç olduğunu göstermektedir (Çalışkan, 2012). Finansal raporlar ile sürdürülebilirlik raporları arasında farklılıklar olmakla birlikte, sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu, bir şirketin finansal raporlarında yer alan bilgilerden kaynaklanmaktadır. Sürdürülebilirlik raporları, şirketler tarafından öne sürülen entegre raporları ile de yakın bir bağlantı içindedir. Bu durum, sürdürülebilirlik ve finansal performans arasındaki bağlantının önemini vurgulamaktadır (Narsa ve Permatasari, 2022).

Finansal raporlar, entegre raporlar ve sürdürülebilirlik raporları arasındaki benzerlikler ve farklılıklar, bu raporların içerik ve kullanım alanları açısından belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik ve entegre raporları hem finansal hem de mali olmayan bilgileri kullanırken, finansal raporlar yalnızca finansal verilere dayanmaktadır. Ayrıca, mali raporlar geçmişe dönük faaliyetleri değerlendirirken, entegre ve sürdürülebilirlik raporları hem geçmiş hem de geleceğe dönük bir perspektif sunmaktadır. Finansal raporlar kısa vadeli sonuçlara odaklanırken, sürdürülebilirlik raporları uzun vadeli etkileri ele almakta, entegre raporlar ise kısa, orta ve uzun vadeli dönemleri dikkate almaktadır. Her bir raporlama türü için kurallar, çerçeveler ve belirli standartlar mevcut olup, finansal raporlar kamuoyuna açık şirketler için yasal bir zorunluluk taşıırken, entegre ve sürdürülebilirlik raporları genellikle gönüllülük esasına dayalı olarak hazırlanmaktadır. Bu durum, işletmelerin sürdürülebilirlik ve entegre raporlamayı benimsemesinin stratejik bir tercih olduğunu göstermektedir (Tutar S., 2024).

6.2. Sürdürülebilirlik İlkeleri

Küresel ölçekte, işletmelerin sosyal ve çevresel tesirlerinden sorumlu olmalarına dair toplumsal talep giderek artmaktadır. Bu durum, kamuoyunun işletmelerin sürdürülebilirlik performansını ve sosyal sorumluluklarını dikkate almasını teşvik etmektedir (Rukmiyati, ve diğerleri, 2023). Bu talepleri karşılamak ve kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) başarımını hissedarlara iletmek amacıyla, giderek çok daha fazla şirket sürdürülebilirlik raporları yayımlamaktadır. Bu raporlar, şirketlerin çevresel ve sosyal etkilerini açık bir şekilde ortaya koyarak, paydaşlarla etkileşimi güçlendirmeyi hedeflemektedir (KPMG, 2015). Sürdürülebilirlik raporları, hisse sahipleri tarafından yaygın bir şekilde kullanılmakta ve işletmelerin kurumsal statüsü ile rekabet avantajları üzerinde önemli bir tesire sahip olduğu kabul edilmektedir. Bu raporlar, şirketlerin çevresel ve sosyal sorumluluklarını sergileyerek, paydaşların güvenini kazanmasına ve rekabetçi konumları-

nı güçlendirmesine katkı sağlamaktadır (Brotherton et al., 2019). Küresel Raporlama Girişimi (GRI), dünya çapında en yaygın olarak benimsenen gönüllü sürdürülebilirlik raporlama çerçevesi olarak kabul edilmektedir. (KPMG, 2015; Ekergil ve Göde, 2017). Sürdürülebilirlik raporu yayımlayan dünyanın en büyük işletmelerinin yaklaşık %75'i, Küresel Raporlama İnisyatifi (GRI) çerçevesini kullanmaktadır (KPMG, 2022).

Raporlama ilkeleri, yüksek kaliteli raporlamanın yapı taşıdır (McCahay ve McGregor, 2013). Bununla birlikte sürdürülebilirlik raporlarının kalitesi, GRI'nın raporlama ilkelerinin şeffaflığında önemli bir rol sahibidir (Boiral ve Diouf, 2017; Willis, 2003). GRI, rapor kalitesini anlatan altı ilkeyi netlik, denge, doğruluk, karşılaştırılabilirlik, zamanlılık, doğrulanabilirlik sürdürülebilir bağlam ve tamlık olarak sıralamaktadır (Boiral, 2013; GRI, 2016).

İşletmelerin sürdürülebilirlik raporlarında, bilgileri Küresel Raporlama İnisyatifi (GRI) Standartlarına uygun olarak sunabilmesi için raporlama ilkelerini uygulaması gerekmektedir. Bu ilkeler, raporlanan bilgilerin kalitesini ve doğru sunumunu sağlamak amacıyla işletmelere rehberlik etmektedir (GRI, 2016; Aareb ve Safari, 2020). Yüksek kalitedeki bilgi, bilgi kullanıcılarının işletmelerin sürdürülebilirlik etkinliklerinin sonuçları ve sürdürülebilir kalkınmaya katkıları hakkında kararlar almasına ve bilinçli değerlendirmeler yapmasına yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda, Küresel Raporlama İnisyatifi (GRI) tarafından hazırlanmış GRI 101: Temel dosyasında, raporlamaya ilişkin temel ilkeler hakkında detaylı bilgi bu konu başlığı altında sunulacaktır (Tutar S.,2024).

- Doğruluk İlkesi

İşletmelerin sürdürülebilirliğe yönelik etkinliklerinin değerlendirilmesi için doğru bir şekilde detaylı bilgileri raporlaması gerekmektedir. Bilgilerin doğruluğunu belirleyen özellikler, bilginin niteliği ve kullanım amacına bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Özellikle niceliksel bilgilerin doğruluğu, verilerin toplanması, derlenmesi ve analizinde uygulanan belirli metotlara bağlıdır (GRI,2016;Robertson, 2021). Niteliksel bilgilerin doğruluğu ise, mevcut kanıtlarla tutarlılığa ve ayrıntı düzeyine bağlıdır. Bilgi kullanıcıları, kuruluşun etkilerine dair değerlendirmeler yapabilmek amacıyla yeterli ayrıntıya ihtiyaç duymakla birlikte Bir işletmenin doğruluk ilkesini uygulayabilmesi için yapması gerekenler aşağıda gösterildiği gibi sıralanabilir:

- Rapor edilmiş verilerin kanıtlarla orantılı, tutarlı olması gerekmektedir.

- Toplanan veriler ve ölçüm yöntemi açık bir şekilde belirtilmelidir.

- Veri ölçümlerini ve hesaplamalara ilişkin temeller yeterli bir şekilde tanımlanmalı; hesaplamaların tekrarlanması halinde benzer olan sonuçlara ulaşılmalıdır.

- Veri ölçümlerindeki hata miktarının, bilgi kullanıcılarının değerlendirmelerini veya sonuçlarını etkilememesi sağlanmalıdır.

- Hangi verilerin tahmin edildiği belirtilmeli; tahmin için kullanılan tekniklerin ve temel varsayımlarla birlikte tahminlerin sınırlamaları da açıklanmalıdır.

- Denge İlkesi

İşletmeler, raporladıkları bilgileri tarafsız bir şekilde sunmalı ve işletmeleri ilgilendiren herhangi bir olumlu veya olumsuz etkileri adil bir biçimde temsil etmelidir. Bu yaklaşım, bilgi kullanıcılarının işletmenin sürdürülebilirlik başarımını doğru bir şekilde değerlendirebilmeleri için önem taşımaktadır. Tarafsızlık, raporların güvenilirliğini artırarak paydaşların işletmeye olan güvenini pekiştirmektedir (GRI,2016). Bir işletmenin denge ilkesini sağlaması için yapması gerekenler aşağıda gösterildiği gibi sıralanabilir:

- Raporlanmış veriler, bilgi kullanıcılarının kararlarını etkileyebilecek şekilde olmalı, bilgi kullanıcılarının olumlu ve olumsuz gelişmeleri gözlemlmelerine imkân tanıyacak şekilde sunulmalıdır.

- Gerçekler ile işletmelerin bu gerçeklere yönelik yorumlamaları arasında net bir ayırım yapılmalıdır.

- Olumsuz durumlarla ilgili bilgiler geçilmemeli; olumlu olan durumlarla ilgili ise fazlaca vurgu yapılmamalıdır.

- Raporlar, bilgi kullanıcılarının kararlarını yanıltıcı bir şekilde etkilememelidir.

- Açıklık İlkesi

İşletmeler, raporladıkları bilgiler ve raporları anlaşılır ve erişilebilir bir şekilde sunmakla yükümlüdür (Boiral, 2013;GRI, 2016). Bir işletmenin açıklık ilkesinin gereklerini sağlaması için yapması gerekenler aşağıda gösterildiği gibi sıralanabilir:

- Bilgi kullanıcılarının yetenekleri, dil becerileri ve teknolojiyle alakalı özel erişilebilirlik gereksinimleri dikkate alınmalıdır.

- Rapor içindeki bilgiler, aşırı çaba harcamadan ulaşılabilir olmalıdır.

- Raporda sunulan veriler, işletme ve etkinlikleri hakkında makul bilgiye sahip kullanıcı tarafından anlaşılabilir bir şekilde aktarılmalıdır.

- Kullanıcıların aşına olmayabileceği teknik terimlerden, kısaltmalardan veya diğer jargonlardan olabildiğince kaçınılmalı; bu tür ifadeler için ilgili bölümlerde açıklamalar verilmelidir.

- Veriler öz bir şekilde rapor edilmeli; gerektiğinde faydalı detaylar atlanmadan sunulmalıdır.

- Bilgilerin erişilebilir ve anlaşılabilir duruma gelebilmesi için tablolar ve grafikler kullanılmalıdır.

- Karşılaştırılabilirlik İlkesi

Zaman içerisinde şirketlerin sürdürülebilirlikle alakalı etkinlik sonuçlarında meydana gelmiş olan değişikliklerin ve bu sonuçların diğer şirketlere göre analizinin yapılabilmesi, raporların orantılı bir şekilde hazırlanması ve sunulması gerekir. Bu tutarlılık, sürdürülebilirlik raporlarının zaman içinde karşılaştırılabilir olmasını sağlarken, işletmelerin performanslarının değerlendirilmesine ve sektör içindeki konumlarının belirlenmesine de olanak tanımaktadır (GRI,2016; Areeb ve Safari, 2020) Bir şirketin karşılaştırılabilirlik ilkesinin gereklerini sağlaması için yapması gerekenler aşağıda gösterildiği gibi sıralanabilir:

- Mevcut raporlama süreci ile en az iki önceki sürece ilişkin bilgiler, ayrıca belirlenen amaç ve hedeflere ilişkin veriler sunulmalıdır.

- Verilerin toplanması ve raporlanması için kabul edilmiş olan dünya çapındaki ölçü birimleri (örneğin; kg, lt) ve gerektiğinde standart dönüştürme protokolleri kullanılmalıdır.

- Verileri hesaplamak ve ölçmek için kullanılan metotlarla ilgili açıklamalarda tutarlılık sağlanmalıdır.

- Bilginin sunulma biçiminde tutarlılık sağlanmalıdır.

- Karşılaştırılabilirliği artırmak için oranlar, mutlak veriler, toplam sayılar, oranlar veya normalleştirilmiş veri topluluğu rapor edilmeli ve bunlara ilişkin açıklamalar yapılmalıdır.

- Bilgi kullanıcılarının işletmelerin etkinlikleri ile diğer işletmelerin etkinlikleri arasındaki farkları kolayca fark edebilmelerini sağlayacak bağlamsal bilgiler sunulmalıdır.

- Daha önce raporlamış verilerde değişiklik olması halinde, karşılaştırılabilirliği sağlamak amacıyla mevcut açıklamalar yapılırken önceki bilgiler tekrar yorumlanarak sunulmalıdır.

- Tamlık İlkesi

İşletmeler, raporlama döneminde sürdürülebilirlik faaliyetlerinin sonuçlarının değerlendirilmesine olanak tanıyacak yeterli ve nitelikli bilgiyi sunmakla yükümlüdür. Bu durum, işletmenin sürdürülebilirlik başarımının doğru şekilde analiz edilmesi ve hissedarlara etkili bir biçimde iletilmesi yönünden önem taşımaktadır (GRI, 2016; Robertson, 2021). Bir işletmenin tamlık ilkesinin gereklerini sağlaması için yapması gerekenler aşağıda gösterildiği gibi sıralanabilir:

- Rapor, ilgili döneme ait olayları, etkinlikleri ve sonuçları içermelidir. Bu kapsamda, kısa vadede etkisi minimum düzeyde olan veya göz ardı edilebilecek faaliyetler de dahil edilmelidir; ancak bu faaliyetlerin uzun dönemde kaçınılmaz veya geri döndürülemez bir duruma gelebileceği, örneğin kalıcı kirliliğe neden olabilecek durumlar, belirtilmelidir.

- İşletmelerin sürdürülebilirlik başarımının anlaşılması için gerekli tüm veriler eksiksiz sunulmalıdır.

- İşletmeler, raporlama sürecinde gerekli bilgileri hassasiyetle toplamalı ve doğrulamalıdır.

- İşletme, iç ve dış hissedarlarıyla şeffaf ve açık bir iletişim kurarak raporlama sürecindeki hatalar ve eksiklikler ile ilgili geri bildirim almalı; bu sayede raporlama sürecinin geliştirilmesine ve tamlık ilkesinin tesis edilmesine katkıda bulunmalıdır.

- **Sürdürülebilirlik Bağlamı İlkesi**

İşletmelerin, sürdürülebilir kalkınmaya yönelik performans ve faaliyetlerine dair bilgileri içerecek şekilde raporlama yapması, işletmenin sürdürülebilirlik anlayışını ve bu alandaki çabalarını net bir biçimde ortaya koymasına olanak tanır. Bu tür bir raporlama, hem işletmenin çevresel ve sosyal etkilerini değerlendirmesine hem de paydaşlarıyla olan iletişimini güçlendirmesine katkı sağlamaktadır (GRI, 2016). Bir işletmenin sürdürülebilirlik bağlamı ilkesinin gereklerini sağlaması için yapması gerekenler aşağıda gösterildiği gibi sıralanabilir:

- İşletme etkinlikleri kapsamında sürdürülebilir kalkınmaya dair nesnel bilgiler ve gerekli önlemler açıkça belirtilmelidir.

- Sürdürülebilir kalkınma gayeleri ve koşullarıyla ilgili veriler detaylı bir şekilde rapor edilmelidir.

- İşletmenin uyması gereken yetkili hükümetler arası belgelerde yer alan sorumlu iş davranışı ve toplumsal beklentilerin etkileri hakkında bilgi sunulmalıdır.

- İşletme, farklı bölgelerde faaliyet gösteriyorsa, bu faaliyetlere ilişkin bilgiler uygun bölgesel kurullarla bağlantılı olarak raporlanmalıdır.

- **Zamanındalık İlkesi**

İşletmeler, bilgileri düzenli bir program çerçevesinde raporlamalı ve bu bilgilerin, bilgi kullanıcılarının karar verme süreçlerinden önce hazır bulunmasını sağlamalıdır. Bu yaklaşım, işletmelerin şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerine uygun bir şekilde bilgi sunmalarına olanak tanır ve kullanıcıların bilinçli kararlar alabilmesi için gerekli verilerin zamanında erişilebilir olmasını garanti eder(GRI, 2016). Bir işletmenin zamansallık

ilkesinin gereklerini sağlaması için yapması gerekenler aşağıda gösterildiği gibi sıralanabilir:

- Verinin tam zamanında sunulmasıyla birlikte diğer raporlama ilkelerinin gerekliliklerinin karşılanması arasında bir denge sağlanmalıdır.
- Raporlama dönemlerinin uzunluğunda tutarlılık korunmalıdır.
- Raporlanan bilgilerin kapsadığı zaman dilimi açık bir şekilde belirtilmelidir.

- Doğrulanabilirlik İlkesi

İşletmeler, raporlanan bilgilerin kalitesinin belirlenebilmesi için bilgileri sistematik bir biçimde toplamalı, derlemeli ve analiz etmelidir. Bu süreç, raporların doğruluğunu ve güvenilirliğini artırarak, paydaşların bilinçli değerlendirmeler yapmalarına olanak tanır (GRI, 2016). Bir işletmenin doğrulanabilirlik ilkesinin gereklerini sağlaması için yapması gerekenler aşağıda gösterildiği gibi sıralanabilir:

- Raporlanan bilgilerin değerlendirilmesi, yalnızca raporu hazırlayanlar dışındaki kişilere (iç denetçiler, dış güvence sağlayıcılar) yapılmalıdır.
- Raporları ve içerdikleri bilgileri inceleyecek bir iç kontrol sistemi oluşturulmalıdır.
- Sürdürülebilirlik raporlamasının esasını teşkil eden karar alma süreci ve alınan kararın incelenmesine olanak tanıyacak şekilde belgeler düzenlenmelidir.
- Eğer işletmeler sürdürülebilirlik raporlaması için bilgi sistemleri tasarlamışsa bu sistemlerin dış güvence sürecinin bir unsuru olarak incelenecek şekilde yapılandırılması gerekmektedir.
- Raporlanan bilgilerin orijinal kaynaklarını ve raporlamada kullanılan tahminleri destekleyecek güvenilir deliller sunulmalıdır.
- Raporlanan bilgilerin orijinal kaynaklarından elde edilen ve kabul edilebilir hata sınırı çerçevesinde doğruluğunu onaylayan bir temsilci veya sorumlu belirlenmelidir.
- İşletmenin faaliyet sonuçlarıyla ilgili olmadığı sürece, kanıtlarla desteklenmeyen veriler rapora dahil edilmemelidir.
- Raporlanan bilgilerle ilgili belirsizliklere dair kesin açıklamalar sağlanmalıdır.

SONUÇ

Sürdürülebilirlik kavramı, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarıyla hem bireylerin hem de işletmelerin karar alma süreçlerinde giderek daha

fazla öneme sahip olmaktadır. Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma, işletmelerin toplumsal refahı artırma sorumluluğunu ekonomik kazanç elde etmenin ötesine taşıyan çok boyutlu bir anlayışı zorunlu kılmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmanın tarihsel gelişimi, sürdürülebilirliğin bugünkü anlamına ulaşmasında önemli katkılar sunmuş ve bu kavramın küresel ölçekte benimsenmesini sağlamıştır. Özellikle Birleşmiş Milletler'in girişimleri ve Kyoto Protokolü gibi uluslararası anlaşmalar, sürdürülebilirlik anlayışının dünya çapında kökleşmesine öncülük etmiştir. Bu bağlamda, sürdürülebilir kalkınmanın çevresel, sosyal ve ekonomik boyutları, işletmelerin faaliyetlerinde sorumluluk ve şeffaflık ilkeleriyle uyumlu bir şekilde hareket etmesini gerektirmektedir.

Sürdürülebilirlik raporlaması, işletmelerin sosyal ve çevresel etkilerini paydaşlarıyla şeffaf bir şekilde paylaşarak hesap verebilirliklerini artırmaları adına önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Günümüzde finansal başarıların ötesine geçen işletmeler, sosyal sorumluluk projeleri ve çevreye duyarlı uygulamalar aracılığıyla sürdürülebilirliğe olan katkılarını raporlamaktadır. Bu raporlar, paydaşlarla sürekli bir iletişim ortamı sağlayarak işletmelerin toplumsal güven kazanmasına ve rekabet avantajı elde etmesine imkân tanımaktadır. Finansal raporlardan farklı olarak sürdürülebilirlik raporları, işletmelerin gelecek nesiller için doğal ve beşerî kaynakların korunması yönündeki stratejik adımlarını ortaya koyar ve bu kapsamda küresel ölçekte bir etki yaratır.

Bu çalışmada ele alınan sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarının yanı sıra sürdürülebilirliğin tarihsel gelişimi ve boyutları, işletmelerin sürdürülebilirlik raporlaması yoluyla topluma ve çevreye sağladıkları katkıları vurgulanmaktadır. İşletmelerin kurumsal sürdürülebilirlik anlayışını benimsemeleri ve bu doğrultuda stratejik kararlar alarak faaliyetlerini sürdürmeleri, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin gerçekleştirilmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Sürdürülebilirlik raporlamasının önemi giderek artarken, bu süreçte doğruluk, sürdürülebilirlik, zamansallık ve doğrulanabilirlik ilkeleri doğrultusunda hareket etmek, işletmelerin şeffaflık ve hesap verebilirliklerini güçlendirecektir. Sonuç olarak, sürdürülebilirlik ilkelerine uyum sağlayarak faaliyetlerini sürdüren işletmeler, geleceğe yönelik stratejilerini sağlam temeller üzerine inşa etmekte ve hem mevcut hem de gelecek nesiller için daha yaşanabilir bir dünya oluşturma yolunda önemli bir katkı sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Areeb, A., Safari, M. (2020) A qualitative analysis of GRI principles for defining sustainability report quality: an Australian case from the preparers' perspective, *Accounting Forum*, 44(4), 344- 375, Routledge.
- Akarçay, Ç. (2014). Sürdürülebilirlik muhasebesi standartları kurulu - sustainability accounting standards board. *Öneri Dergisi*, 11(42), 1-11.
- Aksu, C., (2011), Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre, Güney Ege Kalkınma Ajansı, ss:33
- Arvidsson, S. (2019). *Challenges in managing sustainable business: reporting, taxation, ethics and governance*. London: Springer.
- Ateşoğlu, Y., & Türker, Ö. (2010). Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerine Yaklaşımı: Muğla İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 207-226.
- Barral, V. (2012). Sustainable Development in International Law: Nature and Operation of an Evolutive Legal Norm, *The European Journal of International Law Vol. 23(2)*, 377- 400.
- Bılcan, F. R., Petrescu, M., Oncioiu, I. H., Türkeş, M. C., Căpuşneanu, S., & Petrescu, A. G. (2020). Assessing the Benefits of the Sustainability Reporting Practices in the Top Romanian Companies. *Sustainability*. 12(8), 3470.
- BİST, (2014). Şirketler için Sürdürülebilirlik Rehberi, <https://www.borsaistanbul.com/data/kilavuzlar/surdurulabilirlirlik-rehberi.pdf>.
- BOİRAL, O. (2013) Sustainability reports as simulacra? A counter-account of A and A+ GRI reports, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 26(7), 1036–1071.
- Boiral, O., Diouf, D. (2017) Quality of sustainability reports and impression management: A stakeholders perspective, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 30(3). 643– 667.
- Bolayır, S., & Eroğlu, İ. (2024). Türkiye’de Sürdürülebilir Kalkınma. *Sakarya İktisat Dergisi*, 13(1), 1-22.
- Brotherton, M.-C, Boiral, O., Heras Saizarbitoria, I. (2019). Assessing and improving the quality of sustainability reports: The auditors' perspective, *Journal of Business Ethics*, 155(3). 703-721.
- Çalışkan, A. Ö. (2012). İşletmelerde Sürdürülebilirlik ve Muhasebe Mesleği İlişkisi, *Mali Çözüm Dergisi*, 112, 133-160.
- Du Pisani, J. (2006). Sustainable Development – Historical Roots Of The Concept, *Environmental Sciences*, 3(2), 83-96.
- Dyllick, T. ve Hockerts, K. (2002). Beyond The Business Case for Corporate Sustainability. *Business Strategy and Environment*, 11 (2),130-141.

- Ekerkil, V., Özgür Göde, M. (2017). Küresel raporlama girişimi (GRI) standartlarına göre seçilen otellerin sürdürülebilirlik raporlarının analizi ve değerlendirilmesi, *Business and Economics Research Journal*, 8(4), 859-871.
- Engin, E., & Akgöz, B. (2013). Sürdürülebilir Kalkınma ve Kurumsal Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kavramının Değerlendirilmesi. *Selçuk İletişim*, 8(1), 85-94.
- Erol, İ., Sencer, S., & Sarı, R. (2011). A new fuzzy multi-criteria framework for measuring sustainability performance of a supply chain. *Ecological Economics*, 70(6), s. 1088- 1100.
- Erol, M., & Ayboğa, H. (2021). İktisadi Açından Kurumsal Sürdürülebilirlik Süreci ve Raporlaması. *Uluslararası Beşerî ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 5(2), 115-124.
- Fitzpatrick, P., Fonseca, A., & McAllister, M. L. (2014). Sustainability Reporting among Mining Corporations: A Constructive Critique of the GRI Approach. *Journal of Cleaner Production*. 84, 70-83.
- Fonseca, L. & F. Carvalho. (2019). The Reporting of SDGs by Quality, Environmental and Occupational Health and Safety-Certified Organizations. *Sustainability*, 11(20), 1-20
- Freudenreich, B., Lüdeke-Freund, F., Schaltegger, S. (2020). A stakeholder theory perspective on business models: Value creation for sustainability. *Journal of Business Ethics*, 166, 3-18.
- Gedik, Y. (2020). “Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Boyutlarla Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma.” *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3 (3): 196-215.
- GRI, (2016). GRI 101: Foundation’, as part of ‘GRI Standards, <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards/download-center/>.
- Hernadi, H.B, (2012). Green Accounting for Corporate Sustainability. *Club of Economics in Miskolc TMP* 8 (2), 23-30
- Hopwood, A. G., Unerman, J., & Fries, J. (2010). Accounting for sustainability: Practical Insights. A. G. Carrick Limited.
- Kaplanoğlu, E, Yükçü, S. (2016). Sürdürülebilir kalkınmada finansal olmayan Raporlamanın önemi, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18(Özel Sayı-1), 63-101.
- Karabıçak, M., & Özdemir, M. B. (2015). Sürdürülebilir Kalkınmanın Kavramsal Temelleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 6(13), 44-49.
- Kardeş Selimoğlu, Seval- Özbek, Cevdet Yiğit (2018), İç Denetim- Uluslararası İç Denetim Standartları ile Uyumlu, Nobel, Ankara.
- Keiner, M. (2005). History, Definition(s) and Models of Sustainable Development, *ETH Zurich*, 1-8.

- KPMG, (2015). Currents of change: The KPMG survey of corporate responsibility reporting 2015, <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2015/11/kpmg-internationalsurvey-of-corporate-responsibility-reporting-2015.pdf>.
- KPMG, (2022) The KPMG Survey of Sustainability Reporting, https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/se/pdf/kom_m/2022/Global-Survey-of-Sustainability-Reporting-2022.pdf /
- Kuşat, Nurdan (2012). “Sürdürülebilir İşletmeler İçin Kurumsal Sürdürülebilirlik ve İçsel Unsurları”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 14(2), ss.227-242.
- Lawyer, N., & Gbangbola, K. (2020). *Gold Standard Sustainability Reporting: A Step by Step Guide to Producing a Sustainability Report*. London: Routledge.
- McAteer, P. (2021). *Sustainability Is the New Advantage Leadership, Change, and the Future of Business*. Anthem Press.
- Mohr, L.A. ve Webb, D.J.(2005)“The Effects of Corporate Social Responsibility and Price on Consumer Responses”*Journal of Consumer Affairs*, 39 (1):121-147.
- Narsa, I. M., Permatasari, I. (2022). Sustainability reporting or integrated reporting: which one is valuable for investors?. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 18(5), 666- 684.
- Nunes, Katia R. A.- Valle, A.R.- Peixoto, J. A. A.- Schebek, L. (2010) “Automotive Industry Sustainability Reports: A Comparison of Brazilian and German Factories”, In VI Congresso Nacional de Excelencia em Gestao, pp.1-24.
- Okay, A. ve Okay, A. (2005) *Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, Der Yayınları, İstanbul*
- Orha Hazar, S. (2023). Kurumsal Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Entegre Raporlama: Allianz Türkiye Örneği. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 11(23), 227- 255.
- Öktem, B. (2018). *Sürdürülebilirlik Raporlaması, İstanbul, Türkmen Kitabevi*.
- Özkan, A., Güngör Tanç, Ş., & Taşdemir, B. (2018). Sürdürülebilirlik Açıklamaları Kapsamında Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Kârlılık Üzerine Etkisi: Bist Sürdürülebilirlik Endeksinde Bir Araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(3), 560-577.
- Öztürk, S., & Karcıoğlu, R. (2021). *Sürdürülebilirlik Muhasebesi ve Raporlaması*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Pitelis, C. (2013). Towards a More Ethically Correct Governance for Economic Sustainability, *Journal Of Business Ethics*, 118(3), 655-665.
- Robertson, M. (2021). *Sustainability principles and practice*, Routledge.

- Roca, Laurence Clément - Searcy, Cory (2012), "An Analysis of Indicators Disclosed in Corporate Sustainability Reports", *Journal of Cleaner Production* Volume 20, Issue 1, p. 103-118.
- Roper J (2012) Environmental Risk, Sustainability Discourses, and Public Relations, *Public Relations Inquiry*, 1, 69-87.
- Rukmiyati, N., Purbawangsa, I., Baskara, I., Candraningrat, I. (2023). The role of investor recognition mediates the effect of sustainability reporting quality on firm value, *Uncertain Supply Chain Management*, 11(4), 1561-1568.
- Sancar, G. (2013). Kurumsal Sürdürülebilirlik Bağlamında Kurumsal Yönetişim: Kavramın Doğuşu, Gelişimi ve Değerlendirilmesi. *Selçuk İletişim*, 8(1), 71-84.
- Signitzer, B., & Prexl, A. (2007). Corporate sustainability communications: Aspects of theory and professionalization. *Journal of Public Relations Research*, 20(1): 1-19.
- Stead, W., & Stead, J. (2004). *Sustainable Strategic Management*. M.E. Sharpe Inc.
- Tıraş, H. (2012) Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı: 2, 57-73
- Tutar, S. Kâr Kalitesi ve Sürdürülebilirlik İlişkisi: Bist Sürdürülebilirlik Endeksinde Yer Alan Firmalar Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü [Yayımlanmamış Doktora Tezi]*, 173-188.
- Tüm, K. (2014). Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Muhasebeye Yansımaları: Sürdürülebilirlik Muhasebesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 5(1).
- Uygurtürk, H. (2022). Sürdürülebilirlik Perspektifinde Markaların Sürdürülebilirlik Uygulamalarına İlişkin Bir Değerlendirme, *Kitap: Bilimsel Gelişmeler Işığında Yönetim ve Strateji Araştırmaları*, Editör: Şahin KARABULUT, Bursa/Türkiye: Ekin Yayınevi, Bölüm Sayfaları: 249 -262.
- Vargün, H. ve Ok, Ş. (2019), Yönetim Kararları Açısından Karbon Muhasebesi Bilgilerinin Önemi, *Mali Çözüm*, Kasım-Aralık, 73-88.
- Vargün, H. (2020). İşletme Performansının Değerlendirilmesinde Sürdürülebilirlik Raporları ve Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporlarının Birlikte Kullanılabilirliği", *Kitap: Çevre Muhasebesi, Sürdürülebilirlik ve Entegre Raporlama*, Ankara/Türkiye: *Gazi Kitabevi*, Bölüm Sayfaları: 343-369.
- Yeni, O. (2014). Sürdürülebilirlik ve Sürdürülebilir Kalkınma: Bir Yazın Taraması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 181-208.

- Zabihi, H., Habib, F. ve Mirsaedie, L. (2012). Sustainability in Building and Construction: Revising Definitions and Concepts, *International Journal of Emerging Sciences*, 2(4), 570-578.
- Willis, A. (2003). The role of the global reporting initiative's sustainability reporting guidelines in the social screening of investments, *Journal of Business Ethics*, 43(3), 233-237.
- Wilson M (2003) Corporate Sustainability: What Is It And Where Does It Come From? *Ivey Business Journal*, 67(6) 1-5.

Bölüm 5

KURUMSAL YÖNETİM DERECELENDİRMESİNİN ÖNEMİ VE HALKA AÇIK ŞİRKETLERİN ANALİZİ

Berkim ALYÜZ¹

Mesut ÖZDEMİR²

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/İşletme ABD, ORCID:0009-0000-6591-3888

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi/Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/İşletme ABD, ORCID:0009-0000-3561-9370

GİRİŞ

Son dönemlerde meydana gelen ekonomik krizler ve şirket iflasları, işletmelerin daha etkin bir şekilde yönetilmesini zorunlu kılmıştır. Hem idari hem de mali açıdan. Küreselleşme ile artan rekabet, bu ihtiyacı daha da vurgulamıştır. Şirketlerin ayakta kalabilmesi için en etkili yönetim aracı, kurumsal yönetim anlayışıdır. Kurumsal yönetim, şirketin stratejik yönetim ekibi ile üst yönetimin, hissedarlar, çalışanlar, tedarikçiler, müşteriler ve toplumla olan ilişkilerini kapsayan bir yaklaşımdır. Bu yazıda, kurumsal yönetimin tanımı yapılmış, temel ilkeleri, önemi, amaçları ve faydaları ele alınarak kurumsal yönetim teorileri ve bu alanda yapılan düzenlemeler incelenmiştir. Ayrıca Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi açıklanmış ve halka açık şirketlerin Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notlarının üç yıllık analizi yapılmıştır.

Kurumsal yönetim, şirketlerin şeffaf bir şekilde idare edildiğini kanıtlayan bir unsur olarak günümüzde giderek artan bir öneme sahiptir. 2000'li yıllardan bu yana, bu kavramın önemi sürekli artmıştır, özellikle meydana gelen muhasebe skandalları (Enron, Parmalat vb.) kurumsal yönetimin yeterince dikkate alınmadığını göstermiştir. Bu skandalların yaşanmasında iç denetim ve bağımsız denetim terimlerinin birbirinin yerine kullanılması yanı sıra, firma yöneticilerinin yanlış kararlar alması, etik dışı davranması ve muhasebe hileleri yapması gibi nedenler de bulunmaktadır (Doğan,2010:92).

Şu anda, ekonomik koşulların hızla değiştiği ve şirketlerin çevresel unsurlarında yaşanan gelişmelerin beraberinde getirdiği belirsizlik ortamı ve yüksek rekabet şirketlerin devamlılığını tehlikeye atmaktadır. Bu tehlikelerin ortadan kaldırılması ve şirketlerin sürekliliğinin sağlanması, yönetim anlayışlarında yaşanan kurumsallaşma sürecine bağlıdır. Finansal krizlerin artmasıyla birlikte, küresel düzeyde kurumsal yönetim anlayışının kalitesi, mali başarının ölçülmesinde ve yatırım kararlarının alınmasında daha fazla önem kazanmıştır (Kiracı ve Alkara, 2009:169).

2000-2001 yıllarında ülkemizde yaşanan ekonomik krizlerin nedenleri arasında, şirketlerin iyi yönetilememesi ve kontrol mekanizmalarının etkili işletilmemesi, kurumsal yönetim anlayışının önemini artırmıştır. Bugünün rekabetçi koşullarında, şirketlerin hayatta kalabilmesi, yoğun performansla ihtiyaç duyulan kurumsal yönetim uygulamaları ile mümkündür. Şirketin sağlam bir kurumsal yönetim anlayışına sahip olması iç ve dış paydaşların şirketin stratejilerini benimsemesiyle mümkündür. Bu sayede, şirketler piyasadaki fırsatları ve tehditleri hızlı bir şekilde değerlendirerek rekabet avantajı elde edebilirler. Bu anlayışı benimseyen şirketlerin, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi prensiplere de sahip olduğu söylenebilir (Dağlı vd.,2010:19).

Şirketlerin sosyal, ekonomik ve çevresel performans merkezli sorumluluklarını benimsemesi, kurumsal sürdürülebilirliğin sağlanmasına önemli katkılarda bulunmuştur. Bu süreci kabul eden şirketler, kurumsal yönetim anlayışının ne kadar hayati olduğunu anlamışlardır. Şirketlerin tüm paydaşlarına yönelik sorumluluklarını etik ve ahlaki normlara dayalı olarak şekillendiren kurumsal yönetim ilkeleri, aynı zamanda kurumsal anlamda sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluğun belirleyici faktörlerinden biri olmuştur (Önder ve Kaya, 2018: 156). Sürdürülebilirlik, dünya genelinde farklılaşan bakış açılarına bağlı olarak işletmeler için giderek daha fazla zorunluluk haline gelmektedir. Kurumsal sorumluluk alanındaki beklentilerin fazlaşması ve şeffaflığın yaygınlaşması da işletmeleri sürdürülebilirlik konusunda harekete geçirmeyi teşvik etmektedir (Uygurtürk, 2022: 259).

Kurumsal yönetimin temel hedeflerinden biri, taraflar arasında eşitlik ve kuruma olan güven ortamını sağlamaktır; ancak, ülkeler arası düzenlemelerin nitelikleri farklılık gösterebilir. Ülkelerin düzenlemeleri bazıları için bağlayıcıdır, bazıları ise tavsiye niteliğindedir. Bağlayıcı düzenlemeler hukuki yaptırımlara tabi iken, tavsiye niteliğindeki düzenlemelerde herhangi bir yaptırım bulunmamaktadır (Turan ve Bayyurt, 2013: 30). ABD’de bağlayıcı nitelikte olan Sarbanes Oxley Kanunu (DeFond ve Francis, 2005), 1992’de Cadbury Komitesi tarafından genel ilkeleri belirten Cadbury Raporu (Sürmen ve Abdioğlu, 2020: 38), ve OECD tarafından 1999’da yayımlanan Kurumsal Yönetim İlkeleri gibi uluslararası düzenlemeler bulunmaktadır. Türkiye’de ise SPK’nın 2003’te halka açık işletmelere yönelik tavsiye niteliğinde yayımladığı Kurumsal Yönetim İlkeleri, 2004’te halka açık şirketlerin faaliyet raporlarında uyumlarını açıklama zorunluluğu getiren Uyum Beyanı düzenlemesi ve 2007’de kurumsal yönetimi teşvik amacıyla başlatılan İMKB kurumsal yönetim endeksi gibi örnekler bulunmaktadır (Pamukçu, 2011: 137).

KURUMSAL YÖNETİM

İşletmelerin ekonomik durumlarının güçlü hale getirilmesi ve karlılıklarının giderek artırılması piyasa rekabeti bakımından önemlidir. Fakat tek başına ekonomik durum ve karlılık işletmelerin başarısını değerlendirmek ve işletmelerin sürekliliğinin hangi düzeyde olduğunu tespit etmek bakımından tam olarak ihtiyaca cevap verememektedir (Uygurtürk ve Vargün, 2018: 706). Bu konuda işletmelerin kurumsallaşması ve kurumsal yönetim anlayışıyla hareket etmesi gerekmektedir.

Kavram olarak kurumsal yönetim için geliştirilmiş tek bir tanım olmaması nedeniyle, kurumsal yönetimin kullanım amacı, uygulama sahası ve ilgili prensiplerin hangi kuruluşlar veya örgütler tarafından belirlendiği konusunda ortak bir görüş bulunmamaktadır. Bu yüzden, farklı araştırmacılar tarafından birçok tanım geliştirilmiş ve açıklanmıştır. Bu

tanımların odaklandığı unsurlar üç ana madde halinde sıralanabilir (Alp & Kılıç, 2014: 23).

- Şirketlerde hissedarlar arası ilişkilerin düzenlenmesini temel alan tanımlar,
- Kurumsal yönetim anlayışıyla hangi sonuçların elde edilmek istendiğini temel alan tanımlar,
- Belirli ilkelere ve amaçlara dayalı olan yönetim anlayışını temel alan tanımlar.

Cadbury Raporu (1992), şirketlerle hissedarlar arasındaki ilişkinin düzenlenmesine yönelik önemli bir referans olarak kabul edilir. Cadbury Rapordunda, “şirketlerin yönetildiği ve denetlendiği bir sistem” şeklinde tanımlanan kurumsal yönetim kavramı, Gregory ve Lillien (2000) tarafından “şirketin değerini artıran, hissedarlar ve diğer paydaşların çıkarlarını koruyan düzenlemeler” şeklinde tanımlar (Ergin ve diğerleri, 2008: 2). Gill (2002) ise kurumsal yönetimi, “dürüstlük, eşitlik, şeffaflık, disiplin, doğruluk, bağımsızlık, sosyal bilinç ve hesap verebilirlik” gibi ilkeleri içinde barındıran bir yapı olarak tanımlar (Doğan, 2018: 86). Kurumsal yönetimin uygulanmasının arkasında pek çok neden ve amaç bulunur. Temel amaçları ise şu şekilde özetlenebilir (Doğan, 2018: 85):

- Yatırımcıların çıkarlarının korunması,
- Yöneticilerin yetkilerini ve güçlerini suistimal ederek kişisel fayda sağlamalarının engellenmesi,
- Şirket hissedarlarına eşit ve adil davranışta bulunulmasının temin edilmesi,
- Şirketin tüm paydaşlarının haklarının güvence altına alınması,
- Şirket mali durumu ve faaliyetleri hakkında kamuoyunun zamanında ve açık bir şekilde bilgilendirilmesi,
- Yönetim kurullarının görev ve sorumluluklarının net olarak tanımlanması,
- Şirket kazançlarının ortaklara ve tüm paydaşlara hakları oranında dağıtılması,
- Büyük hissedarların azınlık hissedarlar üzerindeki baskılarının ve el koyma risklerinin önlenmesi,
- Sermaye maliyetlerinin düşürülmesi, uzun vadeli yatırımlar yapabilecek kurumsal yatırımcılar için güvenin telkin etmesi ve şirketin hisse senedi ihraç ederek finansman kaynaklarına erişimin kolay olmasının teşvik edilmesi.

Kurumsal Yönetimin Temel İlkeleri

SPK tarafından 2011 yılında yayımlanan tebliğ ile OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri kılavuzluğunda pay sahipleri, kamuyu aydınlatma ve şeffaflık, menfaat sahipleri ve yönetim kurulu olmak üzere dört temel kurumsal yönetim ilkesi belirlenmiştir. Bu Tebliğ ile borsada hisse senetleri işlem gören işletmelerin kurumsal yönetim ilkelerine uymaları zorunlu hale getirilmiştir. Dolayısıyla bu durum beraberinde işletmelerin faaliyetlerini sürdürürken kurumsal yönetim ilkelerine ne ölçüde uyum sağladıklarını kamuoyuna açıklamalarını zaruri hale getirerek işletmelerin her faaliyet dönemi sonunda Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum Raporu yayınlamalarını gerekli kılmıştır (Vargün vd., 2020: 1996).

Global seviyede kurumsal yönetim dört temel ilke çerçevesinde toplanmaktadır. Bunlar; şeffaflık, hesap verebilirlik, adillik ve sorumluluk ilkeleridir.

Şeffaflık İlkesi: Bu ilkenin temel dayanağı, şirketlerin faaliyetlerinden doğrudan etkilenen tüm taraflara (iç ve dış paydaşlara) gerekli bilgilerin sağlanmasıdır. Şeffaflık ilkesi, şirkete ait güncel bilgilerin halkla paylaşılmasını gerektirir. Şeffaflık ilkesinin temel amacı, piyasada gerçek dışı bilgilerin oluşmasını engellemek ya da en aza indirmektir. Aksi halde, şirketlerin bu ilkeye uygun olarak verdiği bilgiler, asıl ihtiyaçları karşılamaya yönelik olmayabilir ve bu da ekonomik istikrarın sağlanmasına katkıda bulunmayabilir (Türedi vd., 2015: 60). Şeffaflık, şirketlerin bağımsız denetim süreçleriyle finans piyasalarına güven sağlayarak temel bir dayanak oluştururken, diğer yandan sermayedarların değerlendirmelerine ve yönetim kademesindekilerin doğru kararlar almasına rehberlik etmektedir (Abdioğlu, 2007: 21).

Adillik İlkesi: Adillik ilkesine göre, şirkette hem azınlık hem de dışarıdan gelen hissedarlar dahil tüm ortaklara eşit davranılmalıdır. Bu kapsamda, aynı türdeki hissedarlara aynı şekilde davranılmalı ve her hissedara eşit oy hakkı tanınmalıdır. Oy verme konusunda yapılacak her türlü değişiklik hissedarların oylaması ile gerçekleştirilmelidir. İçeriden dışarıya bilgi aktarımı/ticareti gibi eylemler kesinlikle yasaklanmalıdır. Ayrıca, yönetim kurulu üyeleri ve diğer yöneticilerin, somut yarar sağlayan veya şirketi doğrudan ilgilendiren işlemleri kamuya açıklaması sağlanmalıdır (Aktan, 2013: 159).

Sorumluluk İlkesi: Sorumluluk ilkesi, doğru hedeflerin belirlenmesini ve bu hedeflerin gerçekleştirilmesini, hukuk kurallarına ve toplumun değerlerine uygunluğu korumayı amaçlar. Sorumluluk ilkesi, hataları cezalandırmasının yanı sıra doğrulara teşvik eden bir denetim mekanizması olarak görülür. Bu ilke, şirketlerin faaliyetlerinin hukuka ve toplumun değerlerine uygun şekilde yürütülmesi için yönetim kademesinin sorumlu-

luklarını belirler (Dinç ve Abdioğlu, 2009: 161). Sorumluluk ilkesi, şirketin toplumun değerlerine ve kanunlara uygun davranmasını gerektiren bir anlayışı temsil eder (Demirbaş ve Uyar, 2006: 240).

Hesap Verebilirlik İlkesi: Hesap verebilirlik ilkesi, şirketin yönetimi konusunda kuralların ve sorumlulukların açık olarak belirlenmesini, yönetim kurulu tarafından yönetim kademesi ile hissedarların çıkarları arasındaki uyumun korunmasını sağlar. Bu ilke, şeffaflık ve sorumluluk ilkesiyle birlikte, şirketin faaliyetlerinden etkilenen tüm paydaşların ve hissedarların yönetim kademesinin kararlarını ve işlerini sorgulamasına ve gerektiğinde yargılamasına olanak tanır. Bu prensip genellikle yönetim kademesi tarafından alınan kararların gerçek olup olmadığını ortaya çıkarmak ve bu kararların sorumluluğunu kabullenme gerekliliğini gösterir (Demirbaş ve Uyar, 2006: 239).

Sermaye Piyasası Kurulu Tarafından Kurumsal Yönetim İlkelerine İlişkin Yapılan Düzenlemeler

Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) tarafından Kurumsal Yönetim ilkeleri ilk kez kapsamlı olarak 2023 yılında değerlendirilmiştir. SPK'nın bu ilkeleri hazırlama sürecinde etkili olan faktörler arasında, sürdürülebilir büyüme, küresel boyutta yaşanan krizler ve uluslararası rekabet küreselleşen dünyada artış gösteren uluslararası sermaye hareketleri ve yabancı yatırımcıların ülkeye çekilmesi gibi unsurlar yer almaktadır.

Sermaye piyasalarının uluslararası kaynaklara erişim imkanlarının artması ülke ve halka açık şirketler için oldukça önemli bir yere sahiptir (SPK, Kurumsal Yönetim İlkeleri, 2003). İlkelerin hazırlanması sürecinde, dünya genelinde benimsenmiş ve önerilen genel ilkelerin yanı sıra ülkemizin özgün koşulları da göz önünde bulundurulmuştur. Bu kapsamda, 1999'da yayımlanan "OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri" gibi fazla sayıda ülkenin kurumsal yönetim düzenlemeleri incelenmiştir (SPK, Kurumsal Yönetim İlkeleri, 2003). Bu ilkeler özellikle halka açık şirketler için düzenlenmekte ve uygulanması gönüllülük esasına bırakılmaktadır. Şirketlerin bu ilkeleri uygulama zorunluluğu yoktur ancak her yıl sonunda hazırlanan faaliyet raporlarında bahsi geçen kurallara uyulup uyulmadığını belirtmek ve uyulmayan kurallar hakkında açıklama yapmak zorundadır. İlkeler, menfaat sahipleri, kamuyu aydınlatma ve şeffaflık, pay sahipleri ve yönetim kurulu olarak dört temel başlık altında toplanmıştır.

Pay sahipleriyle ilgili bölümde, hissedarların bilgi edinme ve inceleme hakkı, oy kullanma yetkisi, genel kurul toplantılarına katılma hakkı, temettü alma hakkı, azınlık hakları, pay devri ve pay sahiplerine eşit davranılma prensibi konu alınmaktadır. Şirketlerin, hissedarlarla doğrudan iletişim kuracak bir birim oluşturmaları teşvik edilmektedir. Pay sahiplerine eksiksiz, doğru ve zamanında bilgi sağlanması esas alınmaktadır. Madde 2.1 "Bilgi

edinme ve inceleme hakkının kullanımında hissedarlar arasında hiçbir ayırım yapılamaz.” olarak düzenlenmiştir. Ayrıca, genel kurulla ilgili önem arz eden düzenlemeler de bu kısımda bulunmaktadır. Düzenlemelerdeki temel hedef, mümkün olan en fazla sayıda pay sahibine ulaşmaktır. Oy kullanma hakkı konusundaki düzenlemelerde, oy kullanma hakkının devredilemez olması ve vekalet yoluyla oy kullanmanın önünü kesecek hükümlerin esas sözleşmede bulunması gerektiği vurgulanmaktadır.

Kamuyu aydınlatma ve şeffaflık ilkesi, şirketin menfaatlerini gözetirken, kamuya ve tüm paydaşlara zamanında, doğru ve tam bilgi sağlayacak düzenlemeleri kapsar. Bu bilgilere erişimin kolay ve ücretsiz olması gerekmektedir. Madde 1.1.3'e göre belirli taraflara veya yatırımcılara, kamuya açıklanacak bilgilerin önceden duyurulmasının engellenmesi bu kısımdaki kritik düzenlemelerden biridir. Bu, bilgiye erişimde tarafsızlık sağlar. Önemli maddelerden bir diğeri, şirketin sermaye piyasası araçlarının değerini etkileyebilecek olayların hızlıca kamuoyuna açıklanmasını zorunlu kılan 1.3 numaralı maddedir. Bu, yatırımcıların tam ve doğru bilgiye ulaşmalarını sağlamak için yapılmıştır. Ayrıca, şirketlerin ara ve yıllık mali tabloları ile bağımsız denetim raporlarını kamuya duyurmasıyla ilgili düzenlemeler de yapılmıştır.

Üçüncü bölüm, menfaat sahipleri ile ilgili düzenlemeleri ve bu düzenlemelerin menfaat sahiplerinin yasal yollarla korunmasına vurgu yapmaktadır. “Şirketin kurumsal yönetim uygulamaları, menfaat sahiplerinin mevzuatla güvence altına alınmış veya hala düzenlenmemiş haklarının teminat altına alınmasını sağlar” ifadesi Madde 1.1'de, yer almaktadır.

Dördüncü bölümde yönetim kuruluna ilişkin düzenlemeler ele alınmıştır. Yönetim kurulunun görevleri, işleyişi, sorumlulukları ve kurulacak komiteler gibi alt başlıklar bulunmaktadır. Bu kısımda dikkat çekilmesi gereken maddelerden biri, icra başkanı ile yönetim kurulu başkanının farklı kişiler olması gerektiğini ifade eden maddedir. Bu durum, çıkar çatışması riskini artırabilir. İcra başkanının, şirketin faaliyetlerinden sorumlu olup aynı zamanda denetleyici mekanizmanın başında yer alması, kurumsal yönetim ilkeleriyle çelişmektedir. Diğer önemli bir düzenleme ise, yönetim kurulunda görev yapacak bağımsız üye sayısına ilişkindir. Yönetim kurulunun en az üçte birinin, ancak iki kişiden az olmamak kaydıyla, bağımsız üyelerden oluşması gerektiği belirtilmiştir.

SPK'nın 2003 yılındaki bu düzenlemesinden sonra, 2004 yılında Borsa'da işlem gören şirketler için 2005'ten itibaren “Kurumsal Yönetim Uyum Raporu” hazırlama ve yayımlama zorunlu kılınmıştır. 2007 yılında Borsa İstanbul'da (BİST) oluşturulan “Kurumsal Yönetim Endeksi” de bu sürecin önemli bir adımı olmuştur. 31.08.2007 tarihinde hesaplanmaya başlayan endeks 48.082,17 başlangıç değerini almıştır.

BİST Kurumsal Yönetim Endeksi'nde bulunan şirketler için kotta/ka-yıtta kalma bedeli, endekse dahil oldukları tarih itibariyle ilk 2 yıl %50, sonraki 2 yıl %25 ve devam eden yıllarda %10 indirimli olarak ücretlendi-rilmektedir. Kurumsal Yönetim notunu ilk açıklayan şirket Vestel Elektro-nik Sanayi ve Ticaret A.Ş. olmuştur (07.03.2007).

Kurumsal Yönetim Endeksi kapsamında bulunan ilgili hisse senetleri-nin Kurumsal Yönetim Endeksi'nden çıkarılması aşağıda belirtilen şartlar veya durumlar ortaya çıktığında gerçekleşmektedir:

- Herhangi bir hisse senedinin işlem gördüğü piyasadan BİST Gözal-tı Pazarı'na alınması,
- Kurumsal yönetim ilkelerine uyum notunun (yeni açıklanan) 6'nın altında olması,
- Hisse senetlerinin işlem sırasının aralıksız 5 iş gününden daha uzun süre kapalı bulunması,
- Hisse senetlerinin işlem gördüğü piyasadan kalıcı olarak çıkarıl-ması,
- Herhangi bir sebeple, derecelendirme sözleşmesinin sona erdiğinin Borsa'ya bildirilmesi,
- Derecelendirme yapacak kuruluşun, Sermaye Piyasası Kurulu'nun "Derecelendirme Kuruluşları Listesi"nden çıkarıldığının Borsa'ya ilet-ilmesi,

Derecelendirme yapacak kuruluşun tarafsızlığını yitirdiğinin Borsa'ya rapor edilmesi. (<https://www.borsaistanbul.com/tr/>)

2023 yılı itibariyle Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksi'nde 73 şirket yer almaktadır (Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği, Mart 2024).

SPK tarafından yapılan bir diğer önemli bir düzenleme ise "Sermaye Piyasası Kanunu'na Tabi Olan Anonim Ortaklıkların Uyacakları Esaslar Hakkında Tebliğ" in 2008 yılında yürürlüğe girmesidir. Bu tebliğ sayesinde borsada işlem gören şirketlerde, hissedarlar ile ilişkilerden sorumlu bir pay sahipleri biriminin kurulması zorunlu hale getirilmiştir. Bunun yanı sıra, şirketlerin kurumsal yönetim uygulamalarının koordinasyonundan so-rumlu bir personelin atanması da zorunlu hale getirilmiştir. Bu personelin sahip olması gereken lisanslar da tebliğde belirtilmiştir.

Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi

Kurumsal yönetim, işletmelerin yönetim ve kontrol süreçlerini dü-zenlemeyi amaçlayan bir kavramdır. Kurumsal yönetim işletmelerin uzun vadeli sürdürülebilirliklerini ve değerlerini artırmayı hedefler. Kurumsal yönetim derecelendirmesi, şirketlerin işletme ile ilgili taraflara sundu-

ğu değeri, şirketin yönetim kurulunun faaliyetlerinin kabul edilebilirliği ve kamuoyunu gecikmeden ve güven içinde bilgilendirme faaliyetlerinin değerlendirilmesine dayanır. Bu derecelendirmeler, şirketlerin kurumsal yönetim ilkelerine ne kadar uyumlu olduklarını değerlendirir. Şirketlerin sadece kâr odaklı olmamaları, aynı zamanda toplumsal değerleri de göz önünde bulundurarak faaliyet göstermelerini sağlar. Bu şekilde, şirketler sadece kendi başarılarını ölçmekle kalmaz, aynı zamanda topluma sağladıkları değeri de değerlendirirler. Bu prensiplere uygun olarak hareket etmek, şirketlerin uzun vadeli başarısını ve sürdürülebilirliğini artırır (Ayboğa, 2021:63).

Ülkelerin çoğunda olduğu gibi Türkiye’de de kurumsal yönetim ilkeleri, finansal piyasaların gelişimine paralel olarak önem arz etmiştir. Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) doğrudan çıkar sahiplerinin rolü, pay sahiplerinin hakları, kamuoyuna açıklama yapma yükümlülüğü, şeffaflık ve pay sahiplerinin eşit işlem görmesi olmak üzere beş temel ilkeyi içeren kurumsal yönetim ilkeleri 1999 yılında yayımlanmıştır. Türkiye’de, sermaye piyasalarının düzenlenmesine ve denetlenmesine yetkili olan Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), 2003 yılında kurumsal yönetim ilkelerini belirlemiş ve yayımlanmıştır. Güncellenerek günümüze kadar gelen Türkiye’deki kurumsal yönetim ilkeleri, pay sahipleri, menfaat sahipleri, kamuoyu aydınlatma ve şeffaflık, yönetim kurulu olmak üzere dört temel ilkeyi içermektedir. Bu ilkeler, şirketlerin yönetim ve kontrol süreçlerini düzenleyerek, şeffaflığı artırarak ve paydaşların haklarını koruyarak, Türkiye’deki şirketlerin uzun vadeli sürdürülebilirliklerini ve başarılarını artırmayı hedeflemektedir (Dölen, 2015:67).

Kurumsal yönetim anlayışının ve ilkelerinin küreselleşme süreciyle birlikte dünyada öneminin artması, işletmelerin bu ilkelerle uyumunu değerlendirebilmek ve kıyaslama yapabilmek için standart bir endeks sistemine ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur. Bu ihtiyaçtan doğan “Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi” kavramı, işletmelerin yönetim kalitesini değerlendirmeyi hedefler. Bu derecelendirmede, genel kabul görmüş bir anlayışla işletme yönetiminin kalitesi esas alınır. Kredi derecelendirmesi ve finansal oranlardan ziyade, işletme yönetiminin anlayışı, vizyonu, misyonu, politikaları ve uygulamaları gibi niteliksel değerler üzerinden bir değerlendirme yapılır. Çünkü kurumsal yönetim anlayışı ve ilkelere uyum, sadece nicel verilere dayalı değil, daha çok işletmenin yönetimine ve işleyişine odaklanan niteliksel ölçütlerle değerlendirilir. (Sandıkçıoğlu, 2005:9)

Kurumsal yönetim derecelendirmesi, bir kurumun kurumsal yönetimiyle ilgili uygulamalarını ve süreçlerini analiz ederek, şeffaflık ve güvenilirlik prensipleri çerçevesinde pay sahiplerine bilgi sunan bir değerlendirme sürecidir. Bu derecelendirme, kuruluşların kurumsal yönetim ilkelerine ne kadar uyduğunu ve bu ilkeleri nasıl uyguladığını değerlendirir. Ayrıca, ku-

rumun yönetim kalitesi, şeffaflığı, hesap verebilirliği ve risk yönetimi gibi alanlardaki performansını ölçer. Kurumsal yönetim derecelendirmesi, şirketlerin iç denetim mekanizmalarını güçlendirmek, paydaşların güvenini artırmak ve sürdürülebilir bir işletme yönetimi sağlamak amacıyla önemli bir araç olarak kullanılır. Bu değerlendirme süreci genellikle bağımsız ve tarafsız bir şekilde gerçekleştirilir, böylece elde edilen sonuçlar güvenilir ve objektif bir perspektif sunar (Uğurlu ve Okan, 2023:25)

Kurumsal Yönetim ilkelerine uyum derecelendirmesi talepsiz ve talepli olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilebilir. Talepsiz kurumsal yönetim derecelendirmesi, kurumsal yönetim uygulamalarını değerlendirmek için kurumun talebi olmadan gerçekleştirilen bir değerlendirme sürecidir. Talepli kurumsal yönetim derecelendirmesi, derecelendirme teklifinin derecelendirilecek şirket yetkilileri tarafından yapılması halinde uygulanan derecelendirme türüdür (Kılıç ve Benligiray, 2012:65-68)

Talepli ve talepsiz kurumsal yönetim derecelendirmesinin farkları Tablo 1'de listelenmiştir (Kılıç ve Benligiray, 2012:70).

Tablo 1: Talebe Bağlı Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi ile Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinin Karşılaştırılması

Talepli Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi	Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi
Talepli Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde talep derecelendirilen şirketten gelir.	Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde talep şirket dışı kişi veya kurumlardan gelir.
Talepli Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde bilgi paylaşımı şartı bulunur.	Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde bilgi paylaşımına gerek yoktur.
Talepli Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde şeffaflık derecelendirme yapılmasının önünde bir engel oluşturmamakta, sadece bir alt derecelendirme notunu etkilemektedir.	Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde şeffaflık önemlidir. Yeteri kadar şeffaf olmayan şirketlerde Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi yapılamaz.
Talepli Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde derecelendirme ücreti derecelendirilen şirket tarafından karşılanmaktadır.	Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde derecelendirme ücreti derecelendirilen şirket tarafından karşılanmaz.
Talepli Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde anlaşma şartlarına göre herhangi bir uyumsuzluk çıkarsa derecelendirme sonlandırılmaktadır.	Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinin herhangi bir aşamasından Talebe bağlı Kurumsal Yönetim Derecelendirmesine geçiş yapılabilmektedir.
Talepli Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde hem kamuya açıklanmış hem de şirketten elde edilen veriler kullanılmaktadır.	Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde bilgi kaynakları kamuya açıklanmış ve derecelendirme için kullanılabilir bilgilerdir.
Talepli Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde ücreti derecelendirme yapılacak şirket tarafından karşılanması nedeniyle baskı, bağlılık, çıkar çatışması gibi problemlerle karşılaşılabilir.	Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde baskı ve çıkar çatışması yoktur, bağımsızlık ön plandadır.
Talepli Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi sadece şirketlerin kurumsal yönetim ilkelerine uyumunu ortaya koymaktadır.	Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirmesinde özellikle global derecelendirme şirketleri, kurumsal yönetim ilkelerine uyumun yanı sıra yatırımcıların oy kullanımı ve yönetime katılımı gibi konularda karşılaşılabileceği sorunlara ilişkin bilgileri de raporlarında sunmaktadır.

Kurumsal yönetim ilkelerine uyum notu, SPK tarafından seçilmiş ve yetkili derecelendirme kuruluşları tarafından verilmektedir. Bu derecelendirme kuruluşları, SPK'nın belirlediği standartlara uygun olarak şirketlerin kurumsal yönetim uygulamalarını değerlendirir ve uyum notlarını belirlerler. Bu değerlendirmeler genellikle şirketin yönetim yapısı, şirketin kurumsal yönetim politikaları ve uygulamaları, iç kontrol sistemleri, pay sahiplerinin hakları ve bilgilendirme politikaları gibi alanları kapsar. Derecelendirme kuruluşları, SPK tarafından yetkilendirilmiş olmaları nedeniyle, bağımsız ve güvenilir bir değerlendirme sunarlar. Bu sayede, şirketlerin kurumsal yönetim performansını adil ve tarafsız bir şekilde değerlendirilmesi sağlanır (Bayraktaroğlu ve Çelik, 2015:99).

Türkiye'de kurumsal yönetim derecelendirme faaliyetlerinde bulunan SPK'nın yetkilendirdiği kuruluşlar, derecelendirme sürecinde kendi metodolojilerini kullanarak derecelendirme yapmaktadır. Yetkilendirilen derecelendirme kuruluşları aşağıda listelenmiştir (SPK, Mart 2024).

- DRC Derecelendirme Hizmetleri Anonim Şirketi,
- İstanbul Uluslararası Derecelendirme Hizmetleri Anonim Şirketi,
- JCR Avrasya Derecelendirme Anonim Şirketi,
- Kobirate Uluslararası Kredi Derecelendirme ve Kurumsal Yönetim Hizmetleri Anonim Şirketi,
- Saha Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri Anonim Şirketi

Ülkemizde faaliyetlerini sürdüren firmaların derecelendirme süreçlerinin ufak farklılıklara rağmen birbirine oldukça benzer olduğu görülmektedir. Bu süreç aşağıda özetlenmiştir (Okan ve Uğurlu, 2022:461)

Derecelendirme Anlaşmasının İmzalanması ve Ön Çalışma; SPK'nın belirlediği normlar kapsamında derecelendirme şirketi ile talepte bulunan şirket arasında bir sözleşme imzalanmaktadır. Sözleşme imzalanmasının ardından derecelendirmeye ilişkin bazı belgeler, şirket yetkililerinden talep edilmektedir. Şirketin internet sitesi ve elde edilen belgeler kurumsal yönetim uygulamaları yönüyle detaylı olarak incelenmektedir. İncelemeler sonrası sözleşme ekinde bulunan formlardaki soruların detaylı bir şekilde cevaplanması istenir. Bu çalışmalar tamamlandıktan sonra netleşmeyen konular şirket yöneticileriyle görüşülmek üzere gündem maddesi olarak not edilmektedir.

Şirket Yetkilileri ve İlgili Personel ile Görüşme; Ön çalışmanın ardından, şirketin üst düzey yöneticileri ya da yönetim kurulu ile derecelendirme şirketinin yetkilileri arasında, havada kalan konular varsa toplantı yapılmaktadır. Varsa kurumsal yönetim komitesinin toplantıya katılması

beklenmektedir. Bu adımda belirsiz sorulara yanıt aranmaktadır. Toplantı sonrasında hala çözülemeyen konular varsa bu konular puanlanmaz ve derecelendirme raporunda belirtilir.

Raporun Yazımı ve Derecelendirme Komitesinde Tartışılması; Dokümanların incelenmesi ve sorumlular ve yöneticilerle yapılan görüşmeler sonrasında doldurulan formlar için dört ana bölüm oranları ve şirket oranları hesaplanır. Bu puanlar derecelendirme raporunda ayrıca belirtilir. Derecelendirme uzmanı tarafından hazırlanan bu rapor şirketin kurumsal yönetim derecelendirme komitesine sunulur. Rapor, Komite üyeleri tarafından yeniden incelenerek eksiklikler ve hatalar düzeltilerek rapora son şekli verilerek onaylanır ve sonrasında şirket yetkilisine iletilir. Şirketin rapora itiraz etmesi halinde, şirket derecelendirme uzmanına bildirimde bulunur. İtirazların komite tarafından incelenmesi sonrasında itirazların haklı olduğuna karar verilmesi durumunda gerekli düzeltmeler yapılır.

Onay ve İlan; Derecelendirme komitesi tarafından kabul edilen derecelendirme oranı şirkete gönderilir ve son aşamada firmaların internet sitesi aracılığıyla kamuya duyurulur. Ayrıca şirkete ulaşan not ulusal gazetelere, SPK'ya ve BİST'e de gönderilmektedir. Şirkete verilen derecelendirme bir yıl süreyle geçerli olmakla birlikte, bu süre zarfında bir derecelendirme uzmanının gözetiminde tutulur.

Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notu

Kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporu hazırlayan işletmeler, bu raporlarda belirtilen hususların Sermaye Piyasası Kurulu'nun yayımladığı Kurumsal Yönetim Tebliği'ne uyumluluğunun belirlenmesi amacıyla yapılan değerlendirmeler sonucunda Kurumsal Yönetim Derecelendirme Raporları yayımlanmaktadır. İşletmeler, bu derecelendirme raporlarını kamuoyuyla paylaşarak kurumsal yönetim süreçlerinde hangi aşamada olduklarını açıkça ortaya koymaktadır (Vargün ve Doğan, 2021:292).

SPK, şirketlerin kurumsal yönetim ilkelerini ne kadar başarılı bir şekilde uyguladığını değerlendirmek için kurumsal yönetim derecelendirme notu gibi araçlar kullanmaktadır. Bu notlar, şirketlerin kurumsal yönetim ilkelerine uyum düzeylerini ölçmek için önemli bir kriterdir ve yatırımcılar için önemli bir referans noktası sağlar (Önalın ve Tan, 2018).

Kurumsal yönetim derecelendirme notu, her ilke için belirlenen ağırlıkların kullanılmasıyla hesaplanır. Bu ağırlıklar, SPK tarafından belirlenmiştir ve her bir ilke için önceden belirlenmiş ağırlıkları Tablo 2'de gösterilmiştir (Düzer, 2020:153).

Tablo 2: Kurumsal Yönetim İlkelerinin Derecelendirmedeki Ağırlıkları

Kurumsal Yönetim İlkesi	Ağırlık
Pay Sahipleri	%25
Kamuyu Aydınlatma ve Şeffaflık	%25
Menfaat Sahipleri	%15
Yönetim Kurulu	%35
Toplam	%100

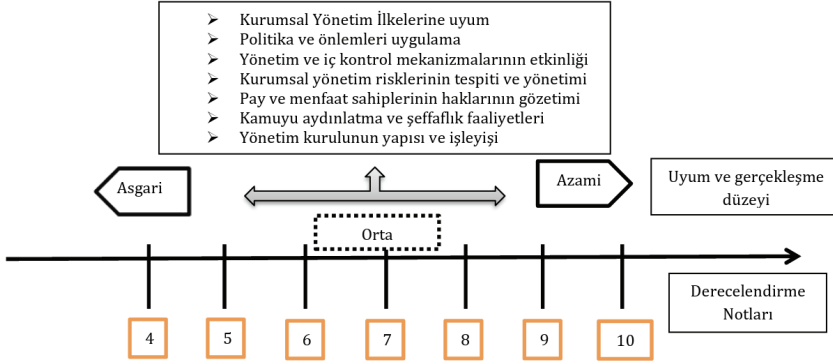
Kurumsal yönetim derecelendirme notları 1 en düşük 10 en yüksek notu gösterecek şekilde 1 ile 10 arasında verilmektedir. Şirketlerin kurumsal yönetim derecelendirmesinde 10 notunu alabilmesi için kurumsal yönetim ilkelerine tam uyumlu olmaları gerekmektedir. Saha Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri Şirketi'nden elde edilen bilgiler doğrultusunda hazırlanan Kurumsal yönetim derecelendirmesinde notlarının anlamları Tablo 3'te gösterilmiştir (Kevser ve Doğan, 2021; Saha Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri A.Ş., Mart 2024).

Tablo 3: Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notlarının Açıklaması

Not	Açıklama
9 - 10	Şirket, SPK Kurumsal Yönetim İlkeleri'ne yüksek oranda uyum sağlamış ve tüm politika ile tedbirleri hayata geçirmiştir. Yönetim ve iç denetim sistemleri etkin bir biçimde kurulmuş ve işler durumdadır. Kurumsal yönetimle ilgili tüm riskler belirlenmiş ve aktif olarak yönetilmektedir. Pay sahipleri ile menfaat sahiplerinin hakları adil bir şekilde korunmaktadır; kamuyu bilgilendirme ve şeffaflık faaliyetleri oldukça yüksek düzeyde yürütülmektedir. Yönetim kurulunun yapısı ve işleyişi en iyi uygulama standartlarına uygundur. Bu alanlarda neredeyse hiçbir eksiklik bulunmamaktadır. Şirket, BIST Kurumsal Yönetim Endeksi'nde en yüksek seviyede yer almayı hak etmiştir.
8	Şirket, SPK Kurumsal Yönetim İlkeleriyle büyük oranda uyumlu olup çoğu gerekli politika ile tedbiri devreye almıştır. İç denetim ve yönetim mekanizmaları, birkaç küçük iyileştirmeye ihtiyaç duyulsa da etkin biçimde kurulmuş ve işletilmektedir. Kurumsal yönetim risklerinin büyük kısmı saptanmış ve aktif olarak yönetilmektedir. Hissedarlar ve menfaat sahiplerinin hakları adil bir şekilde korunmaktadır; kamuyu bilgilendirme ve şeffaflık çalışmaları yüksek bir seviyede yürütülmekte ve yönetim kurulunun yapısı ile işleyişi sağlam bir temele dayanmaktadır. Bu alanlarda ciddi bir risk olmasa da bazı iyileştirmelere ihtiyaç duyulabilir. BIST Kurumsal Yönetim Endeksi'ne üst sıralardan dahil olmak hak edilmiştir.
6 - 7	Şirket, SPK Kurumsal Yönetim İlkeleriyle kısmen uyumlu olup, belirli politika ve tedbirleri uygulamaya almıştır. İç denetim ve yönetim mekanizmaları orta düzeyde oluşturulmuş, bunun yanı sıra işlevsel durumdadır; ama daha fazla iyileştirme gerekmektedir. Kurumsal yönetimle ilgili risklerin bir bölümü saptanmış ve aktif olarak yönetilmektedir. Ulusal standartlara uygunluk sağlanmış olsa da, uluslararası düzeyde bu standartların gerisinde kalma riski mevcuttur. Menfaat sahipleri, pay sahipleri, kamuyu aydınlatma ve şeffaflık ile yönetim kurulu alanlarında bazı iyileştirmelere ihtiyaç duyulmaktadır.
4 - 5	Şirket, SPK Kurumsal Yönetim İlkeleriyle asgari düzeyde uyumlu olup, politika ve önlemlerin yalnızca standartların altında kalan bir bölümünü hayata geçirmektedir. İç kontrol ve yönetim mekanizmaları minimum düzeyde oluşturulmuş, ama tam anlamıyla etkin çalışmamaktadır. Kurumsal yönetimle ilgili risklerin tespiti tam olarak sağlanamamış ve bu riskler etkin olarak yönetilememektedir. Menfaat sahipleri, pay sahipleri, kamuyu aydınlatma, şeffaflık ve yönetim kurulu alanlarında önemli ölçüde iyileştirmeler yapılması gerekmektedir.

<4	Şirket, SPK Kurumsal Yönetim İlkeleriyle uyum göstermemekte ve gerekli politika ile önlemler zayıf kalmaktadır. Yönetim ve iç kontrol mekanizmaları, yeterli etkinlikte kurulmamış olup, kurumsal yönetim riskleri oldukça yüksektir ve bu riskler aktif bir şekilde yönetilmemektedir. Şirket, kurumsal yönetim ilkelerine karşı duyarsız kalmakta; pay sahipleri, kamuyu aydınlatma, şeffaflık, menfaat sahipleri ve yönetim kurulu alanlarının tamamında ciddi zaafiyetler bulunmaktadır. Bu durum, yatırımcı güveninin sarsılmasına ve maddi kayıpların yaşanmasına yol açma potansiyeli taşımaktadır.
----	--

Saha Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri A.Ş. ve benzeri diğer derecelendirme yapan kuruluşlar, kurumsal yönetim derecelendirme notlarının ne anlama geldiğine ilişkin açıklamalar yapmaktadır. Bu açıklamalar, çoğunlukla birbirine benzerlik göstermektedir. Derecelendirme kuruluşları tarafından verilen notların anlamları, aşağıdaki Şekil 1’de özetlenmiştir. Şekilde de gösterildiği gibi, kurumsal yönetim derecelendirme notu yükseldikçe, şirketin SPK tarafından belirlenen kurumsal yönetim ilkelerine uyumunun arttığı, uyum seviyesinin en yüksek düzeye ulaştığı, şirketin kurumsal yönetim risk faktörlerinin farkında olduğu ve riskleri yönetmede güçlü araçlara sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca, iç kontrol sisteminin etkin şekilde işlediği de belirtilebilir. Notlar düştükçe ise kurumsal yönetim ilkelerine uyumun zayıfladığı ve yetersiz hale geldiği anlaşılmaktadır (Düzer, 2020:154).



Şekil 1: Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notlarının Anlamı (Düzer, 2020:154)

İşletmelerin, kurumsal yönetim ilkelerine uyum derecelendirme notu 7 ve üzerinde ise hisse senetleri BİST Kurumsal Yönetim Endeksi'nde işlem görebilir. Bu durum, işletmelerin kurumsal itibarlarını artırarak yatırımcılar ve diğer paydaşlar nezdinde güvenilirliklerini yansıtır. Aynı zamanda, BİST Kurumsal Yönetim Endeksi'nde yer almak, şirketin kurumsal yönetim ilkelerine uyum sağlaması ve iyi uygulamaları benimsemesiyle ilişkilendirilir, bu da şirketin piyasada daha cazip hale gelmesine katkı sağlar. Bu nedenle, işletmeler için kurumsal yönetim ilkelerine uyum derecelendirme notu ne kadar yükseldikçe kurumsal itibarları da güçlenir (Vargün ve Doğan, 2021:292).

YÖNTEM VE BULGULAR

Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği verilerine göre 60 adet halka açık şirketin 2020-2021-2022 yılları içindeki kurumsal yönetim derecelendirme notları ve 2020-2021-2022 yıllarına ait Dönem Net Kârı karşılaştırılmıştır ve Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: 2020-2021-2022 Yıllarında Şirketlerin Kurumsal Derecelendirme Notları (Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği, Kurumsal Yönetim Endeksi) ve 60 halka açık şirketin 2020-2021-2022 yıllarında açıklanan Finansal Durum Tablosundaki Dönem Net Kârı.¹

SEKTÖR	ALTI SEKTÖR	ŞİRKET ADI	2020	2021	2022	1 Ocak 2020 31 Aralık 2020 NET DÖNEM KARIZARARI (TL)	1 Ocak 2021 31 Aralık 2021 NET DÖNEM KARIZARARI (TL)	1 Ocak 2022 31 Aralık 2022 NET DÖNEM KARIZARARI (TL)
MALİ KURULUŞLAR	BANKALAR	Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.	90,91	91,21	91,42	254.737,000	104.403,000	1.365.496,000
		Garanti BBVA A.Ş.	97,68	97,91	98,08	6.238.003,000	13.073.306,000	58.510.306,000
		Şekerbank Türk A.Ş.	94,21	94,31	94,60	52.617,000	54.789,000	1.502.150,000
		Türkiye Halk Bankası A.Ş.	94,34	94,51	94,64	2.600.045,000	1.507.729,000	14.753.896,000
		Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.	95,64	95,86	95,86	712.294,000	1.097.309,000	4.105.739,000
		Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	96,17	96,85	97,00	5.079.518,000	10.489.758,000	52.744.689,000
		Creditvest Faktoring A.Ş.	88,11	-	89,02	63.686.868,000	70.081.765,000	183.642.878,000
		Garanti Faktoring Hizmetleri A.Ş.	94,40	94,70	94,70	50.150,000	131.936,000	350.742,000
		İş Finansal Kiralama A.Ş.	92,13	92,91	92,91	197.586,000	310.063,000	826.766,000
		Lider Faktoring A.Ş.	91,41	91,51	91,54	6.312,000	38.162,000	206.876,000
		Şeker Finansal Kiralama A.Ş.	-	89,10	83,50	13.461,000	47.893,000	102.350,000
		AG Anadolu Grubu Holding A.Ş.	95,62	95,21	95,68	613.445,000	3.541.929,000	10.068.143,000
		Alarko Holding A.Ş.	89,70	89,70	92,22	801.953.738,000	1.274.416.737,000	11.440.784.915,000
		Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş.	95,10	95,27	95,57	1.390.240,000	2.828.476,000	6.014.410,000
		Global Yatırım Holding A.Ş.	91,20	91,40	92,10	20.955.134,000	2.794.797,000	54.009.437,000

¹ Tablo 4'te xxx,000 olarak gösterilen tutarlar Bin Türk Lirasını; xxx,00 olarak gösterilen tutarlar Türk Lirasını ifade etmektedir.

İMALAT	GIDA, İÇECEK VE İTÜTÜN	İHLAS HİLDİNG A.Ş.	84,77	84,99	85,06	31.939.316,00	401.120.997,00	943.154.683,00	
			TAV Havalimanları Holding A.Ş.	96,67	96,70	96,88	-2.283.284,000	467.689,000	1.899.087,000
			Turcas Petrol A.Ş.	95,80	96,10	95,80	124.004.098,00	80.099.366,00	793.194.733,00
			Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş.	95,38	95,51	96,01	2.138.037,000	9.040.197,000	19.345.059,000
			Akiş Gayrimenkul Ortaklığı A.Ş.	96,29	96,33	96,35	-458.444.388,00	237.917.449,00	5.563.513.840,00
			Akmerkez GYO Yatırım Ortaklığı A.Ş.	94,42	94,42	94,42	83.375.180,00	649.124.655,00	1.247.439.605,00
			Halk Gayrimenkul Ortaklığı A.Ş.	92,91	92,16	92,23	352.452.465,00	378.556.382,00	6.602.399.467,00
			Vakıf Gayrimenkul Ortaklığı A.Ş.	-	82,80	89,60	118.592.111,00	474.687.944,00	2.332.117.148,00
			Doğuş Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş.	93,40	94,21	93,20	-360.865.188,00	-229.276.304,00	2.665.028.996,00
			Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi	95,53	95,49	95,67	460.637.712,00	521.836.991,00	1.133.201.306,00
			Anadolu Efes Biraçılık ve Malt Sanayi A.Ş.	95,85	96,34	96,34	814.759,000	1.068.303,000	3.429.068,000
			Coca Cola İçecek A.Ş.	94,21	94,68	94,79	1.232.671,000	2.271.412,000	4.331.051,000
			Pınar Entegre Et ve Un Sanayi A.Ş.	93,56	93,59	93,80	95.319.330,00	134.667.590,00	325.330.470,00
			Pınar Su Sanayi ve Ticaret A.Ş.	95,30	95,40	95,40	-39.857.307,00	-63.782.890,00	-54.272.281,00
Pınar Süt Mamulleri Sanayi A.Ş.	93,28	93,31	93,51	40.187.453,00	117.343.109,00	380.276.821,00			
Tat Gıda Sanayi A.Ş.	95,05	95,17	95,32	167.274.341,00	223.190.334,00	295.262.469,00			

M E T A L	METAL EŞYA MAKİNE ELEKTRİKLI CIHAZLAR VE ULAŞIMI ARAÇLARI	Argelik A.Ş.	96,02	96,74	96,85	2.847.839,000	3.064.674,000	4.324.672,000
		Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.	92,59	92,60	92,69	1.784.170,000	3.281.316,000	8.562.191,000
		Türk Pysmian Kablo ve Sistemleri A.Ş.	94,03	95,24	95,48	42.418.644,00	40.732.994,00	190.006.118,00
		Türk Traktor ve Ziraat Makineleri A.Ş.	93,86	94,09	94,58	776.443.043,00	1.322.187.577,00	2.971.018.561,00
		Vestel Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	96,32	96,34	96,59	1.772.599,000	1.895.487,000	856.747,000
		İhlas Ev. Aletleri İmalat Sanayi ve Ticaret A.Ş.	85,36	85,50	85,50	37.346.793,00	91.044.699,00	226.112.084,00
		Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş.	94,67	94,89	95,53	618.268,000	1.041.524,000	1.239.118,000
		AKSA Akırlık Kimya Sanayi A.Ş.	97,22	97,49	97,49	439.953,000	1.167.208,000	3.422.038,000
		Aygaz A.Ş.	94,17	94,95	95,61	-24.889,000	670.105,000	4.733.385,000
		KİMYA İLAÇ PETROL LASTİK VE PLASTİK ÜRÜNLER	Kimteks Polimeran Sanayi ve Ticaret A.Ş.	-	-	92,48	80.395.943,00	316.423.046,00
	Tüpraş Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş.	95,78	96,24	96,45	-2.493.511,000	3.494.837,000	41.044.621,000	
	Batıncın Anadolu Çimento Sanayi A.Ş.	87,97	89,88	85,20	-327.011.521,00	-604.407,00	-447.737,00	
TAŞ VE TOPPAĞA DAYALI	Qua Granite Hayal Yapı Ürünleri Sanayi Ticaret A.Ş.	-	80,05	90,46	144.518.396,00	565.611.996,00	1.700.559.130,00	
	Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş.	95,23	95,70	96,10	3.309.093,000	15.527.082,000	18.005.034,000	
ANA METAL SANAYİ	İskenderun Demir ve Çelik A.Ş.	94,55	95,10	96,10	2.423.349,000	6.468.354,000	6.726.197,000	
E N E R J İ	ELEKTRİK GAZ VE	Aksa Enerji Üretim A.Ş.	-	93,45	93,49	470.035.971,00	1.679.749.785,00	4.561.511.070,00

MESLEKİ, BİLİMSEL VE TEKNİK FAALİYETLER	BİLGİ VE İLETİŞİM	TEKNOLOJİ	TOPTAN VE PERAKENDE TİCARET		TOPTAN TİCARET		PERAKENDE TİCARET		BÜHAR					
			BİLGİ	TEKNOLOJİ	TOPTAN TİCARET	PERAKENDE TİCARET	TOPTAN TİCARET	PERAKENDE TİCARET						
MİMARLIK VE MÜHENDİSLİK FAALİYETLERİ: TEKNİK MÜAYENE VE ANALİZ	TELEKOMÜNİKASYON	YAYINCILIK	SAVUNMA	BİLGİ	Aselsan Elektronik Ticaret A.Ş.	Doğuş Otomotiv Servis Ticaret A.Ş.	Migros Ticaret A.Ş.	Aydem Yenilenebilir Enerji A.Ş.	-	-	94,75	-567.280.969,00	-120.291.640,00	1.018.070.601,00
								Enerjisa A.Ş.	94,56	95,09	95,50	1.087.683,000	2.282.368,000	14.498.093,000
MİMARLIK VE MÜHENDİSLİK FAALİYETLERİ: TEKNİK MÜAYENE VE ANALİZ	TELEKOMÜNİKASYON	YAYINCILIK	SAVUNMA	BİLGİ	Logo Yazılım Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Doğuş Otomotiv Servis Ticaret A.Ş.	Migros Ticaret A.Ş.	Galata Wind Enerji A.Ş.	-	-	94,00	156.356.542,00	170.912.859,00	1.043.955.935,00
								Hürriyet Gazetecilik ve Mithaçlık A.Ş.	92,91	92,57	92,61	-80.862.684,00	55.218.092,00	117.771.033,00
MİMARLIK VE MÜHENDİSLİK FAALİYETLERİ: TEKNİK MÜAYENE VE ANALİZ	TELEKOMÜNİKASYON	YAYINCILIK	SAVUNMA	BİLGİ	Aselsan Elektronik Ticaret A.Ş.	Doğuş Otomotiv Servis Ticaret A.Ş.	Migros Ticaret A.Ş.	-	-	-	93,61	23.978.951,00	130.667.738,00	469.060.654,00
								Hürriyet Gazetecilik ve Mithaçlık A.Ş.	94,03	94,03	94,03	3.177.873,000	5.761.454,000	4.134.846,000

MADENCİLİK VE TAŞ OCAKÇILIĞI	İNŞAAT VE BAYINDIRLIK	ULAŞTIRMA VE DEPOLAMA
KÖMÜR VE LİNYİT MADENCİLİĞİ	İNŞAAT VE BAYINDIRLIK İŞLERİ	ULAŞTIRMA VE DEPOLAMA
Park Elektrik A.Ş.	ENKA İnşaat ve Sanayi A.Ş.	Pegasus Hava Tasımacılığı A.Ş.
90,19	92,80	96,30
91,27	92,80	96,81
91,27	92,80	97,10
59.475.456,00	4.505.060,000	-1.965.097.057,00
255.169.083,00	5.159.042,000	-1.972.478.349,00
426.431.817,00	1.961.307,000	7.100.145.148,00

KAYNAKÇA

- Abdioğlu, H. (2007). İşletmelerde kurumsal yönetim anlayışı kapsamında iç denetimin rolü ve İMKB-100 örneği [Yayımlanmamış doktora tezi]. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Aktan, C.C. (2013). Kurumsal Şirket Yönetimi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 150-191.
- Alp, A. ve Kılıç, S. (2014). *Kurumsal Yönetim-Nasıl Yönetilmeli*. Doğan Kitap.
- Ayboğa, H. (2021). Kurumsal Yönetim ve Kurumsal Yönetim Endeksi. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 5(1), 59-69.
- Bayraktaroğlu, H. ve Çelik, İ. (2015). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Getiri Oynaklığı Üzerine Etkisi: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 97-108.
- Çengel, Ö., Pirtini, S., ve Çakıroğlu, İ. (2020). COVID-19 Sürecinde İşletmelerde Kurumsal Yönetim Ve Sosyal Sorumluluk Stratejilerinin Yeniden Yapılandırılması Üzerine Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 4(7),1-21.
- Dağlı, H., Ayaydın, H., ve Eyübođlu, K. (2010). Kurumsal Yönetim Endeksi Performans Deđerlendirmesi: Türkiye Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (48), 18-31.
- Demirbaş, M., ve Uyar, S. (2006). *Kurumsal Yönetim İlkeleri ve Denetim Komitesi*, Güncel Yayıncılık.
- Dölen, T. (2015). Muhasebe Meslek Mensuplarının Kurumsal Yönetim Algı Düzeylerinin Ölçülmesine Yönelik Ankara İlinde Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 65-73.
- Düzer, M. (2020). Kurumsal Yönetim Derecelendirmesi: BIST Kurumsal Yönetim Endeksinde Bir İnceleme. *KOCATEPE İİBF Dergisi*, 22(2), 149-168.
- JCR Eurasia Rating, Rating Bildirim Formu, https://www.tkyd.org/wp-content/uploads/2024/01/Garanti_BBVA_Rapor_2023.pdf (E.T.16.05.2024)
- Kevser, M. ve Doğan, M. (2021). Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notu Duyurularının Hisse Senedi Getirisi Üzerindeki Etkisi: Türkiye İçin Olay Çalışması. *Journal of Management and Economics Research*, 19(1), 166-184.
- Kılıç, M. ve Benligiray, Y. (2012). Kurumsal Yönetim ve Derecelendirme Süreci. *Denetişim*, (9), 60-73.
- Kıracı, M., ve Alkara, İ. (2009). Aile İşletmelerinde Kurumsallaşmaya Verilen Önem ve Turizm Sektöründeki Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma: Alanya-Eskişehir Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, (11), 167-197.
- Okan, E. E. ve Uğurlu, E. (2022). Corporate Governance Rating In Turkey: Investigaition of Scores of Firms. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(43), 451-473.

- Önalan, G.O. ve Tan, F.Z. (2018). Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notlarının Şirket Performansları Üzerine Etkisi. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 2(2), 47-59.
- Önder, Ş., ve Kaya, E. (2018). İşletmelerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Uygulamalarında Kurumsal Yönetim Yapılarının Etkisi: BİST 100 Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe ve Finans Dergisi*, (78), 155-170.
- Pamukçu, F. (2011). Finansal Raporlama İle Kamuyu Aydınlatma ve Şeffaflıkta Kurumsal Yönetimin Önemi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 50, 133-148.
- Saha Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri A.Ş., Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notlarının Anlamı <https://saharating.com/hizmetlerimiz/kurumsal-yonetim-derecelendirmesi/kurumsal-yonetim-derecelendirme-notlarinin-anlami/> (E.T.20.03.2024)
- Sandıkçıoğlu, A. (2005). Kurumsal Yönetim Uyum Derecelendirmesi, Ankara: *Sermaye Piyasası Kurulu Yeterlilik Etüdü*.
- Sermaye Piyasası Kurulu, Derecelendirme Kuruluşları. <https://spk.gov.tr/kurumlar/derecelendirme-kuruluslari> (E.T.23.03.2024)
- Türedi, H., Karakaya, G., ve İldem, M. (2015). Kurumsal Yönetim ve İç Denetim İlişkisi. *Sayıştay Dergisi*, (96), 55-74.
- Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği, Kurumsal Yönetim Endeksi. <https://www.tkyd.org/kurumsal-yonetim-endeksi/> (E.T.14.04.2024)
- Uğurlu, E. ve Okan, E. E. (2023). Firmaların Etkinliğinin Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notları Kullanılarak İncelenmesi: BİST Örneği. *Denetim*, (28), 24-38.
- Uygurtürk, H. (2022). Sürdürülebilirlik Perspektifinde Markaların Sürdürülebilirlik Uygulamalarına İlişkin Bir Değerlendirme, Kitap: Bilimsel Gelişmeler Işığında Yönetim ve Strateji Araştırmaları, Editör: Şahin KARABULUT, Bursa/Türkiye: Ekin Yayınevi, Bölüm Sayfaları: 249 -262.
- Uygurtürk, H. ve Vargün, H. (2018). NAKİT AKIŞI İLE KARLILIK ARASINDAKİ İLİŞKİ: TAŞIT ARAÇLARI SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(3), 705-727.
- Vargün, H., Doğan, M. ve Bal, K. (2020). Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notlarının TOPSIS, Gri İlişkisel Analiz ve MAUT Yöntemleri ile Karşılaştırmalı Analizi. İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 9(3), 1992-2010.
- Vargün, H. ve Doğan, M. (2021). Kurumsal Yönetim Derecelendirme Notlarının Hisse Senedi Getirisi, Kârlılık Durumu ve Bağımsız Denetim Görüşü Perspektifinde TOPSIS Yöntemi ile Analizi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 52, 289-310.