

TÜRKİYE'DE FİNANSAL OLMAYAN RAPORLAMA VE GELİŞİM TRENDİ

Dr. Öğr. Üyesi Deniz ÖZBAY

Maltepe Üniversitesi, SBE, (denizozbay@maltepe.edu.tr)

ÖZET

Finansal olmayan raporlar, işletmelerin sosyal, çevresel ve ekonomik faaliyetlerini açıkladıkları raporlar olarak tanımlanmaktadır. Geçmişten günümüze, işletmeler finansal olmayan faaliyetleriyle ilgili bilgileri kamuoyuyla paylaşmışlardır. Bu paylaşım stratejik, etik ya da ekonomik nedenlere bağlı olabileceği gibi bazı yasal yaptırımlardan da kaynaklanabilmektedir. Bu çalışma kapsamında Türkiye’de faaliyet gösteren halka açık 100 şirketin finansal olmayan açıklamaları ve finansal olmayan raporları 2006-2017 yılları arasındaki 12 yıllık süreç içinde incelenmiştir. Sonuç olarak, işletmelerin yıllar içinde daha fazla finansal olmayan açıklama yaptıkları ve aynı zamanda finansal olmayan raporların sayısının da günden güne arttığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Finansal Olmayan Raporlama, Sosyal Raporlama, Sürdürülebilirlik Raporları, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Raporları.

NON-FINANCIAL REPORTING AND DEVELOPMENT TREND IN TURKEY

ABSTRACT

Non-financial reports are defined as a kind of business reports which include disclosures of social, environmental and economic activities of firms. Firms have released their information about non-financial activities to the public by this time. These disclosures may be based on strategic, ethical or economic reasons, and also they can arise from some legal sanctions. In this paper, non-financial disclosures and non-financial reports of 100 Turkish listed companies are examined within the 12-year period between 2006 and 2017. As a result, it has been seen that companies have made more non-financial disclosures over the years and amount of non-financial reports have increased day by day.

Keywords: Non-financial Reporting, Social Reporting, Sustainability Reports, Corporate Social Responsibility Reports.

1. Giriş

Klasik iktisat, işletmelerin temel amaçlarının kârlarını maksimize etmek olduğu görüşüne dayanmaktadır. Geçmişte kâr maksimizasyonuna odaklanan şirketlerin geleneksel raporlama yöntemi de finansal raporlardır. Finansal raporlar işletmelerin finansal faaliyetlerinin sonuçlarını içermektedir. Oysa işletmelerin faaliyetleri sadece finansal nitelikte değildir.

İşletmelerin sürekliliği için toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri gerektiği görüşü çok uzun yıllardır tartışılmakla birlikte, finansal performans odaklı bakış açısı yakın geçmişe kadar ağırlığını korumuştur. Dolayısıyla geçmişte toplum ve çevre konulu işletme faaliyetleri, finansal performans ve süreklilik için bir araç olarak kabul edilmiştir. Öte yandan, küreselleşmenin etkisiyle büyüyen işletmelerin bir yandan toplum karşısındaki gücü artarken, bir yandan da paydaşlarından bağımsız bir yapıya sahip olmadıkları ve paydaş beklentilerini görmezden gelerek varlık gösterilemeyeceği gerçeği kabul edilmeye başlanmıştır. Bilgiye ulaşmanın çok kolay olduğu günümüz koşullarında, işletmelerin kurumsal kimlik ve itibar kazanabilmeleri için hesap verebilirliği yüksek, şeffaf, çevreye ve toplumsal ihtiyaçlara duyarlı bir yapıya sahip olmaları gerekmektedir. Bunun yolu ise paydaşlarla doğru iletişimden geçmektedir. İşletme raporları paydaşlarla iletişimin önemli bir aracıdır.

İşletmelere olan bakış açısındaki değişim, muhasebeye olan geleneksel bakış açısının da değişmesine neden olmuştur. Günümüzde muhasebe, sadece finansal faaliyetlerin kayıt altına alınması ve raporlanması olarak tanımlanamayacak, yeni ve çok daha geniş bir anlam kazanmıştır. Bugün gelinen noktada, İşletmelerin sürekliliği için sadece finansal performansın yeterli olmadığı, sosyal ve çevresel performansın da öneminin arttığı, kurumsal itibar, sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik gibi kavramların ön plana çıktığı ve işletme raporlarının finansal raporlamadan entegre raporlamaya doğru yöneldiği görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında Türkiye’de faaliyet gösteren 100 adet halka açık şirketin, 2006 ve 2017 yılları arasındaki 12 yıllık süreçte finansal olmayan nitelikteki açıklamaları ve finansal olmayan raporları analiz edilmiştir. Çalışmada ilk olarak finansal olmayan raporlama kavramı ve işletmeleri finansal olmayan raporlama yapmaya iten faktörler değerlendirilmiş, daha sonra finansal olmayan raporların gelişim süreci üzerinde durulmuş ve son olarak da araştırma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

2. İşletmeler İçin Finansal Olmayan Raporlama Yapma Nedenleri

İşletmeler finansal faaliyetlerinin sonuçlarını mali tablolar yoluyla beyan etmekte ve raporlamaktadır. Finansal olmayan nitelikteki bilgiler ise genel olarak sosyal raporlar kavramıyla adlandırılan kurumsal sosyal sorumluluk raporları ya da sürdürülebilirlik raporları aracılığıyla açıklanmaktadır. İşletmelerin finansal olmayan bilgilerini kamuoyuna açıklamasına neden olan bazı etkenler bulunmaktadır. Bunlardan belki de en önemlisi stratejik nedenlerdir. Ullman’a (1985) göre işletmelerin sosyal konularda yaptıkları açıklamalar, paydaşlar ve farklı çıkar grupları arasındaki ilişkinin stratejik yönetiminde kullanılmaktadır (Ullman, 1985: 554). Dolayısıyla finansal olmayan raporlamanın yaygınlaşma nedenlerinden biri Paydaş Yaklaşımı’nın yaygın olarak kabul edilmesi ve işletmeler tarafından stratejik olarak kullanılmasıdır.

“Paydaş” (stakeholder) kavramı ilk olarak 1963 yılında Standford Araştırma Enstitüsü’nde yapılan çalışmalar sırasında ortaya atılmış ve paydaşlar, “desteği olmadığı takdirde örgütün varlığının sona ereceği gruplar” olarak tanımlanmıştır (Freeman & Reed, 1983:89). Freeman & Reed (1983), paydaşları dar ve geniş olmak üzere iki perspektiften tanımlamaktadır. Dar anlamda paydaşlar, şirketin faaliyetlerini sürdürebilmesi için bağımlı olduğu herhangi bir kişi ya da grup olarak kabul edilirken, geniş tanıma göre paydaş, şirketin hedeflerine ulaşmasını etkileyecek ya da bu hedeflere ulaşmasından etkilenecek kişi ya da gruptur (Freeman & Reed, 1983:91). Geçmişte işletmelerin faaliyetleri hissedarları, çalışanları ve devlet gibi daha sınırlı paydaş gruplarını etkilerken, günümüzde ise küreselleşmenin etkisiyle büyüyen işletmelerin, güçleri ve etki alanları da genişlemiştir. Günümüzde işletmelerin sorumluluk alanları, sadece hissedarların ihtiyaçlarının karşılanmasıyla sınırlı değildir. Uzun vadede sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik için diğer paydaş taleplerinin de karşılanması gerekmektedir (Lorenzo vd., 2009:105). Dünya’nın herhangi bir yerinde faaliyet gösteren bir şirketin, olumsuz çevresel etkisi tüm toplumu ve hatta gelecek nesilleri etkileyen bir sorun olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bu durum, işletmelerle herhangi bir ilişki içinde olmayan bireylerin (toplum) bile paydaş grupları arasında yer aldığı bir yaklaşımın kabul edilmesine neden olmaktadır. Ullmann’a (1985) göre paydaş talepleri karşılanmadığı sürece, işletmeler iyi bir sosyal performansa sahip olamayacaklardır (Ullmann, 1985:552). Benzer şekilde, sosyal sorumluluk raporlamasını işletmeler için stratejik bir plan olarak ele alan farklı çalışmalar da bulunmaktadır (Lorenzo vd., 2009:96). Bu bakış açısına göre paydaş teorisini temel alarak hazırlanan sosyal raporlar, paydaşlar ve işletme arasındaki diyalogu artırmakta ve dolayısıyla sorunları azaltmaktadır.

İşletmelerin sosyal açıklamalar yapmasının diğer bir nedeni ise toplum içinde “meşru” görünme çabasıdır. Bu çabayı sosyal raporlama için hem stratejik bir neden hem de etik bir neden olarak ele almak mümkündür.

Suchman (1995) meşruluğu, bazı sosyal normlara, değerlere, inançlara ve tanımlara uygun hareket etme algısı ya da varsayımı olarak ifade etmektedir (Suchman, 1995:574). Bu temel varsayım altında şekillenen Meşruluk Teorisi’ne göre, işletmeler ve toplum arasında, toplumun norm ve kurallarına göre şekillenmiş ve karşılıklı beklentilere dayanan bir ilişki bulunmaktadır (O’Donovan, 2002: 345). Meşruluk Teorisi, kurumsal amaçların toplum çıkarlarıyla uyumlu hale getirilmesi yanında sosyal ve çevresel bilgilerin açıklanması yoluyla işletme faaliyetlerinin meşrulaştırılması çabalarını ifade etmektedir (Kavut, 2010: 17). Bu noktadan yola çıkarak etik açıdan baktığımızda meşruluğu, işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken toplum beklentilerini dikkate almaları olarak tanımlamak mümkündür. Öte yandan, Meşruluk Teorisi, aynı zamanda yöneticilerin dışsal raporları neden ve nasıl işletme yararına kullanabileceklerini anlamının teorik temelini oluşturmakta (Deegan, 2002: 293) olup, bu anlamda işletmeler için stratejik bir araç olarak da ele alınabilmektedir.

Kolk (2008) ise finansal olmayan raporlamayı, daha çok hesap verebilirlik çerçevesinde ele almaktadır. Özellikle 1990’lı yılların sonlarında ve 2000’li yılların başlarında yaşanan şirket skandalları şirketlerin ekonomik ve çevresel etkileri hakkındaki şüpheleri artırmış ve bu durum şeffaflık taleplerinin de artmasına neden olmuştur (Kolk, 2008: 1). Şeffaflık, işletmelerin faaliyetleriyle ilgili konuları, ilgili çıkar gruplarından saklamaması olarak ifade edilmektedir. Hesap verebilirlik ise bu faaliyetlerin sonuçları hakkında açıklama yapma yükümlülüğüdür.

Bu tanımlamadan hareketle “Hesap Verme Teorisi”, bir işletmenin yasal veya ahlaki nedenlerle, işletme faaliyetleri hakkında bilgi verme ve açıklama yapma sorumluluğu olarak tanımlanmaktadır (Kavut, 2010: 18). Hesap verme sorumluluğunun yerine getirilmesinde ise sosyal raporlardan yararlanılmakta olup, bu anlamda hesap verme sorumluluğu, finansal olmayan bilgilerin raporlanmasının etik nedenlerinden birini oluşturmaktadır.

Günümüzde teknolojik gelişmelerin etkisiyle bilgiye erişim ve dolayısıyla paydaşların işletmeyle ilgili olarak olumlu ya da olumsuz bilgileri edinimi, geçmişe oranla çok daha kolay hale gelmiştir. Sosyal performansı yüksek şirketlerin ürünlerinin tüketiciler tarafından daha fazla tercih edildiği, bu şirketlerin daha kurumsal yönetildikleri ya da bu şirketlerde çalışan bağlılığının daha fazla olduğu gibi birçok görüş, ilgili alandaki akademisyenler tarafından analiz edilmiş ve günümüzde yaygın olarak kabul edilmeye başlamıştır. Tüm bu etkenler de finansal performansı olumlu anlamda etkileyebilmektedir. Dolayısıyla, finansal olmayan raporlamaya olan ilginin artmasındaki bir diğer faktör de ekonomik nedenlerdir. Özellikle 1980’li yıllardan itibaren artan bir ilgiyle işletmelerin sosyal ve finansal performansları arasındaki ilişkiyi araştıran ve pozitif ilişkiyi ampirik olarak destekleyen çok sayıda çalışmaya rastlanmaktadır.

3. Finansal Olmayan Raporlamanın Gelişim Süreci

İşletmelerin sosyal konularda yaptıkları açıklamaların oldukça eski bir geçmişinin olduğunu; hatta Mısır’da işletmelerin toplumsal sorumluluk alanındaki açıklamalarının MÖ 5000’li yıllara dayandığını gösteren bir takım izlerin varlığını öne süren bazı çalışmalar (Gibson & O’Donovan, 2007: 944) olmakla birlikte, literatürde finansal olmayan raporlama kavramının daha çok 1970’li yıllardan sonra tartışılmaya başladığı görülmektedir.

II. Dünya Savaşı’nın ardından Dünya ekonomisinin kendini toparlamaya çalışması ve özellikle 1960’lardan itibaren gücünü artıran kapitalizmin etkisi birçok sosyal problemin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. İşletmelerin gücündeki artış karşısında devletlerin toplumsal sorunları çözmeye yetersiz kaldığı gözlemlenmiştir. Bu gelişmeler işletme etiği, işletmelerin topluma karşı sorumlulukları ve çevresel tahribatları konularının sıklıkla tartışılmasına neden olmuştur (Nehme & Wee, 2008: 146). Yine bu yıllardan itibaren bazı şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk raporları hazırlamaya başladıkları görülmektedir (Nehme & Wee, 2008: 148).

1970’lerde özellikle sivil toplum kuruluşlarının katkılarıyla çevresel raporlama yaygınlaşmıştır (Gray, 2001: 10). Petrol krizi ardından gelen durgunluk ve enerji kıtlığı, çevre ve istihdamla ilgili konular, 1970’li yılların ikinci yarısında da çokça tartışılmıştır (Yamak, 2007: 41). Bu gelişmeler akabinde 1972 yılında Stockholm Konferansı düzenlenmiştir. Stockholm Konferansı kapsamında kaynakların adil bir şekilde kullanılarak gelecek nesillere aktarılması gerekliliğinin altı çizilmiş ve sürdürülebilir kalkınmanın temel dayanakları ortaya konulmuştur. 1970 sonları ve 1980’li yılların başlarında, kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki çalışma konularının daha çok iş gücü üzerine odaklandığı görülmektedir (Van der Laan, 2004: 16). 1980’li yıllarda ise finansal olmayan raporlama daha çok stratejik açıdan ele alınmıştır. Bu dönemde işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetleri ve finansal performansları arasındaki etkiyi ölçmeyi amaçlayan çok sayıda araştırma yapılmıştır. Yine 1980’li yılların başlarında Paydaş Yaklaşımı’nın yaygın olarak kabul edilmeye başlaması, işletmelerin sosyal sorumluluk sınırlarının çizilmesine önemli bir katkı sağlamıştır.

1990'lara gelindiğinde küreselleşmenin etkisiyle işletmelerin rolünde ve gücünde görülen değişim, yaşanan şirket skandalları ve toplumsal beklentideki değişimler işletmelerin sosyal konulara eğilme ve bu konularda açıklama yapma ihtiyacının artmasına neden olmuştur. Dolayısıyla öncelikle çevresel raporlamayla başlayan süreç, iş gücü ve toplum temalarını içine alan sosyal ve etik konuları, aynı zamanda da finansal konuları kapsayan raporların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Kolk, 2008:2). Bu gelişmelerin etkisiyle 1990'lı yıllarda, aynı zamanda, sosyal ya da çevresel konulara odaklanan birçok organizasyonun ortaya çıktığı görülmektedir. CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) de bunlardan biridir. CERES, çevre kuruluşlarının, işçi sendikalarının ve yatırım fonlarının bir araya gelerek oluşturdukları bir girişim olup, amacı şirketlerin kurumsal yönetim, doğal çevre ve toplumsal konulara yönelik faaliyetlerini iyileştirmektir (Yamak, 2007:63). Bir diğer önemli girişim de yine CERES bünyesinde 1997 yılında ortaya çıkan Küresel Raporlama Girişimi'dir. (*Global Reporting Initiative-GRI*). GRI, finansal olmayan raporlamanın belirli standartlar çerçevesinde yapılmasını amaçlamaktadır (GRI, 2014:3). Günümüzde de GRI ilkeleri sosyal raporlarda en fazla dikkate alınan raporlama çerçevesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal raporlamanın gelişimine katkı sağlayan bir diğer önemli gelişme 2000 yılı Temmuz ayında yayımlanan Birleşmiş Milletler Küresel Sözleşmesi'dir (Yamak, 2007:111). Yine 2001 yılında Avrupa Birliği bünyesinde oluşturulan Avrupa Toplulukları Komisyonu –Yeşil Belge (*Commission of The European Communities-Green Paper*) de önemli bir gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeşil Belge, küresel anlamda sosyal sorumluluk konusunda bir çerçeve oluşturmayı amaçlamaktadır (Green Paper, 2001:6). OECD Çok Uluslu Şirketler Rehberi (2000) ve Uluslararası Çalışma Örgütü İlkeleri (1997-2000) de yine bu dönemde ortaya çıkan önemli düzenlemelerdir. Tüm bu düzenlemeler işletmelerin toplumun beklentilerini dikkate alarak faaliyet göstermeleri konusundaki hassasiyeti artırmayı amaçlarken, aynı zamanda finansal olmayan raporların hazırlama sürecine kılavuzluk etmeleri bakımından da önem taşımaktadır.

Zaman içinde, toplumsal duyarlılık konusunda işletmeler üzerindeki baskının artması, sorumluluk alanlarının genişlemesine neden olmuş, aynı zamanda işletmelerin toplumsal duyarlılıklarını kamuoyuna açıklama ihtiyacı da artmıştır. Finansal olmayan raporların, işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerini desteklediği ve belirli kriterlere bağladığı, diğer bir ifadeyle standartlaştırdığı düşünülmektedir. Bu nedenle Dünya genelinde, özellikle gelişmiş ülkelerde finansal olmayan işletme raporlarını zorunlu hale getiren düzenlemeler ya da kanunlar yayımlanmıştır. Ancak, finansal olmayan raporlamanın gönüllülük esasına dayanması gerektiğini savunan görüşler de oldukça yaygındır. Bu görüşün temel dayanağı, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde faaliyet göstermelerinin ancak gönüllülüğe bağlı olacağı ve bağlayıcı yönergeler kısmen yokken de sosyal sorumluluk faaliyetlerinin ve raporlarının yayılmaya başladığı düşüncesidir. Öte yandan, diğer bazı görüşler ise bu yayılmanın, işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamalarını stratejik bir araç olarak görmelerinden kaynaklandığını ifade etmektedir (Venturelli vd., 2017:3). Yaygın olarak kabul edilen görüş ise bağlayıcı düzenlemelerin finansal olmayan raporların karşılaştırılabilme imkanını ve kalitesini artıracaktır (Venturelli vd., 2017:4). Günümüzde, işletmelerin finansal olmayan raporlama yapması birçok ülkede hala gönüllülük esasına dayanmakla birlikte, zorunlu raporlamaya geçen ülkelerin sayısı da git gide artmaktadır (Özbay, 2017:61-62). Avrupa Komisyonu 2014 yılında yayımladığı bir yönergeyle, 2017 yılından itibaren, ana merkezi Avrupa Birliği üye ülkelerinde yer alan ve 500'den fazla çalışanı bulunan şirketler için

bir takım çevresel, sosyal ve yönetsel konularda raporlama yapma yükümlülüğü getirmiştir (European Commission, 2017). Ülkemizde ise işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk ya da sürdürülebilirlik adıyla yayımladığı raporlar hala gönüllülük esasına dayanırken, halka açık şirketlerin faaliyet raporlarında ayrı bir bölüm olarak “kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporu” hazırlamaları gerekmektedir.

Finansal raporlama bir işletmenin ihtiyaç duyduğu temel finansal bilgileri içermektedir. İşletmelerin varlıkları ve kaynaklarının ne kadar verimli kullanıldığı ve faaliyetleri sonucunda kâr yaratıp yaratamadığı gibi bilgilere finansal raporlama aracılığıyla ulaşılmaktadır. Finansal raporlama 1980’li yılların başlarına kadar yeterli bir bilgi kaynağı olarak görülse de işletmelerin sürdürülebilirliği için sadece tek bir boyut olan ekonomik boyutu içermektedir (Çalışkan, 2017:104-105). Finansal raporlar yanında, özellikle çevresel konularda yapılan açıklamalarla gelişen sosyal raporlama, zamanla kurumsal sosyal sorumluluk raporları ve sonrasında ise ekonomik, sosyal ve çevresel konuları birleştiren sürdürülebilirlik raporları adını almıştır. Günümüzde ise finansal bilgilerin finansal olmayan bilgilerle desteklendiği raporlar ortaya çıkmıştır. Entegre rapor olarak adlandırılan bu raporların amacı sürdürülebilirlik uygulamalarının nicel ve nitel yönlerini paydaşlara açıklamaktır (Eccles & Saltzman, 2011:59).

4. Türkiye’de Finansal Olmayan Raporlama

Bu alt bölümde, Türkiye’de faaliyet gösteren ve Borsa İstanbul bünyesinde işlem gören 100 şirket üzerinde yapılan araştırmanın sonuçlarına yer verilecektir.

4.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Araştırmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren halka açık şirketler arasında finansal olmayan bilgilerin hangi düzeyde raporlandığının tespitidir.

Araştırma kapsamında Borsa İstanbul’da işlem gören 100 şirket üzerinde, 2006-2017 yılları arasını kapsayan 12 yıllık bir süreçte inceleme yapılmıştır. İncelemeye konu şirketler öncelikle BİST-100 endeksi kapsamındaki şirketlerden oluşmaktadır. Ancak BİST-100 endeksinde yer alan finansal sektör şirketleri ve borsaya kote tarihleri henüz çok yeni olan şirketler kapsam dışı bırakılmış, bunlar yerine BİST Tüm endeksinde yer alan bazı şirketler çalışmaya dâhil edilmiştir.

Araştırma kapsamında yer alan şirketlerin bir kısmı finansal olmayan bilgilerini ayrı sosyal raporlar (kurumsal sosyal sorumluluk raporları, sürdürülebilirlik raporları ya da entegre raporlar) kapsamında açıklarken, bir kısmı ise yıllık faaliyet raporları kapsamında açıklama yapmaktadırlar. Bu nedenle öncelikli olarak tüm şirketlerin resmi internet sayfalarında yer alan sosyal raporları ayrı ayrı incelenmiş, sosyal raporlamada bulunmayan şirketlerin ise yine internet sayfalarında yer alan 12 yıllık faaliyet raporları ve internet sayfalarında yer verdikleri sosyal açıklamalar dikkate alınarak, içerik analizi yöntemiyle veri toplanmıştır. Dolayısıyla çalışma, 100 şirketin 12 yıllık faaliyet ve sosyal raporlarını taramak suretiyle toplam 1200 rapor verisi sonucunda oluşturulmuştur.

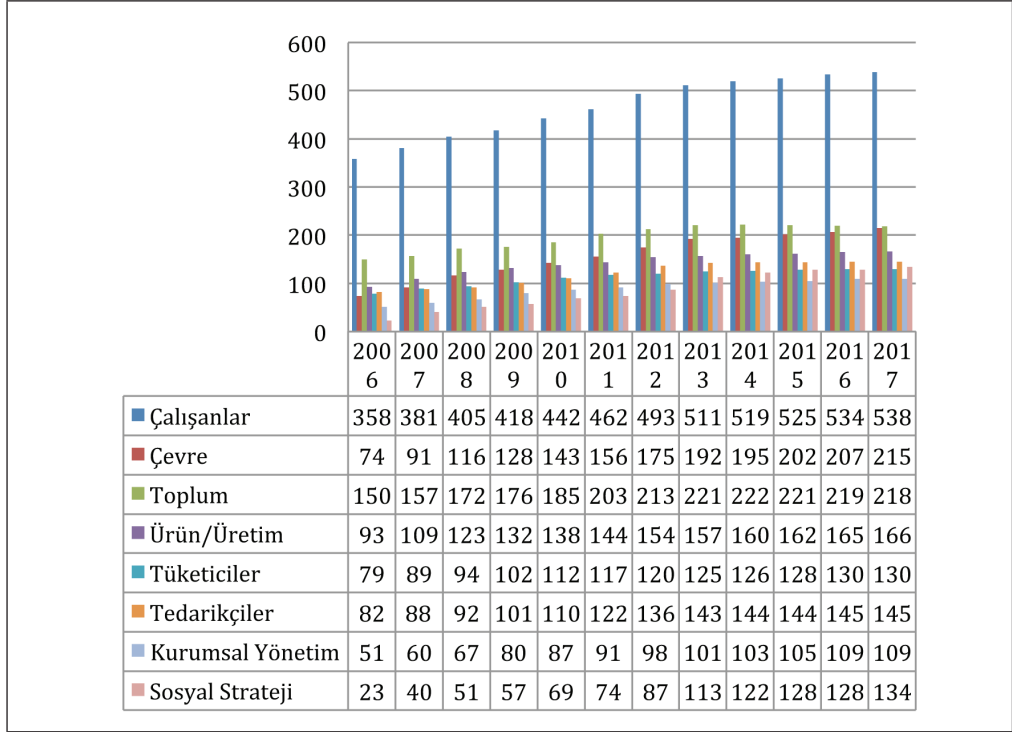
Çalışmaya dâhil edilen işletmelerin finansal olmayan bilgileri 8 ana grup ve bu gruplara bağlı 24 alt başlık altında toplanmıştır. Söz konusu 8 ana başlık; çalışanlar, ürün/üretim, toplum, tüketiciler, tedarikçiler, çevre, kurumsal yönetim uygulamaları ve sosyal strateji konularını kapsamaktadır. Şirketlerin bu konularda yaptıkları açıklamalar 1, açıklama bulunmaması ise 0 puanla değerlendirilmiştir. 8 ana araştırma konusuna ve alt başlıklarına Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1: Sosyal Açıklama Konuları

Çalışanlar	<ol style="list-style-type: none">1. Ücret Politikaları2. İş Sağlığı ve Güvenliği3. İşgücü Tatmin Anketi4. Performans Değerlendirme Sistemi5. Eşitlik6. Mesleki Eğitim7. Sendika Hakkı ve Toplu Sözleşme Olanığı
Çevre	<ol style="list-style-type: none">1. Çevresel Oranlar2. Çevre Yönetim Sistemi (ISO 14001)3. Çevre Dostu Girişimler
Toplum	<ol style="list-style-type: none">1. Sosyal Sorumluluk Projeleri2. Sosyal Yatırımlar3. Yardım ve Bağışlar
Tüketiciler	<ol style="list-style-type: none">1. Tüketici Memnuniyet Araştırması2. Tüketici Şikâyet Mekanizması
Ürün / Üretim	<ol style="list-style-type: none">1. Kalite Yönetim Sistemi (ISO 9001)2. Sektörel Kalite Sertifikaları
Tedarikçiler	<ol style="list-style-type: none">1. Tedarikçi Seçim Kriterleri2. Tedarikçi Kalite Kriterleri
Kurumsal Yönetim Uygulamaları	<ol style="list-style-type: none">1. Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum2. Kurumsal Yönetim Endeksi Açıklaması
Sosyal Strateji	<ol style="list-style-type: none">1. Sosyal Strateji Geliştirme2. Sosyal Raporlama3. Küresel Anlaşmalara Üyelik

4.2. Bulgular

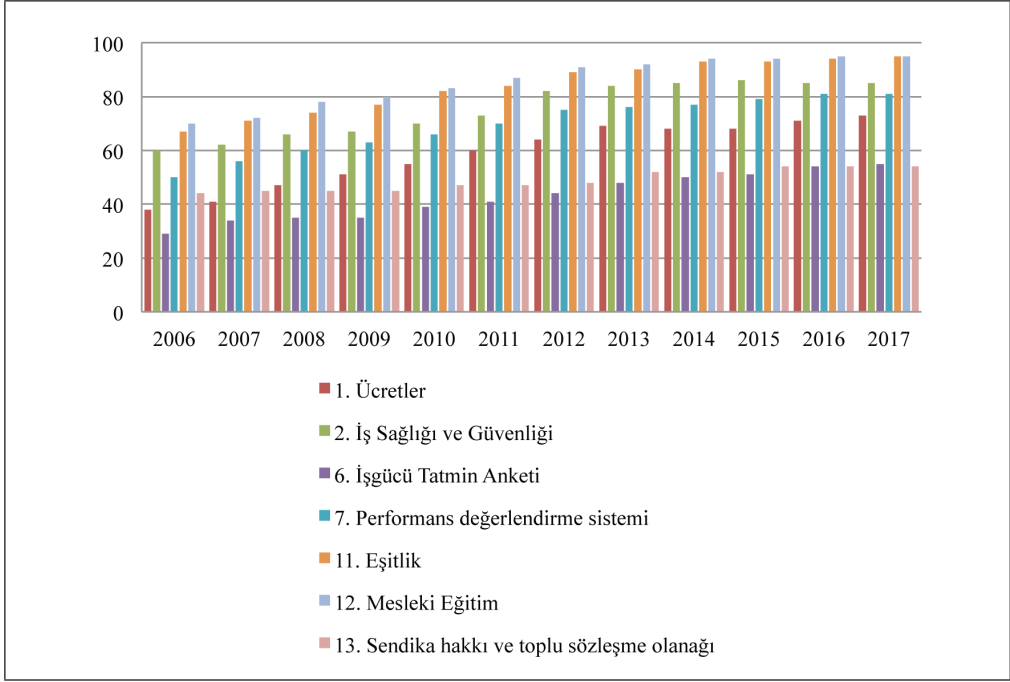
Çalışmaya dâhil edilen 100 şirketin finansal olmayan bilgilere ilişkin başlangıç yılı olan 2006’daki açıklama sayısı 910 iken; 2017 yılında bu sayının 1655’e yükseldiği görülmektedir. Çalışanlar ana başlığı altında yapılan açıklamalar 2006 yılında toplam 358 adet iken; 2017 yılında 538 açıklamaya yer verildiği tespit edilmiştir. İşletmelerin finansal olmayan bilgilere ilişkin yıllar itibarıyla açıklama rakamları Grafik 1’de yer almaktadır.

Grafik 1: Finansal Olmayan Bilgilerin Açıklanma Düzeylerindeki Yıllık Değişim

Finansal olmayan bilgilere ait alt başlıklarda yer alan açıklamalara ilişkin yıllık değişimlere ise ilerleyen grafiklerde yer verilmiştir.

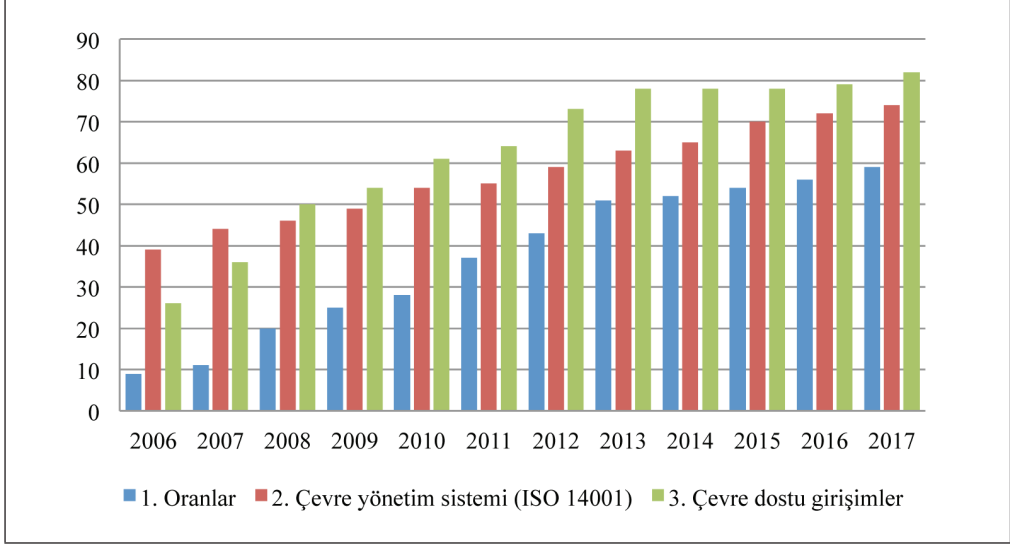
Grafik 2, çalışanlar ana başlığı altında yapılan inceleme sonuçlarından oluşmaktadır. Grafik 2'de görüldüğü üzere, çalışan hakları konulu açıklamalarda özellikle 2012 yılından itibaren önemli bir artış gözlenmektedir. 2006 yılında ücretlere ilgili yapılan açıklama %38 seviyesindeyken, 2012 yılında %64'e; 2017 yılında ise %73'e çıkmıştır. Çalışan haklarıyla ilgili olarak en fazla açıklama mesleki eğitim ve eşitlik konularında yapılmaktadır. Mesleki eğitim konusunda 2006 yılında %70 oranında açıklama yapılırken; 2012 yılında bu oran %90'ın üzerine çıkmış ve 2017'de ise %95 seviyesine ulaşmıştır. 2017 yılında %95 seviyesine ulaşan bir diğer açıklama konusu ise çalışanlar arasında din, dil, ırk, cinsiyet, etnik köken gibi konularda ayrımcılık yapılmadığını belirten eşitlik başlığı altında gerçekleşmiştir.

Grafik 2: Çalışan Hakları Konulu Açıklamalardaki Yıllık Değişim



Çalışanlar ana başlığı altında 2006 yılında en düşük açıklama düzeyi %29 oranıyla iş gücü tatmin anketi olmuştur. İş gücü tatmin ya da kurum içi memnuniyet anketlerinin yapılma düzeyinin yıllar itibariyle oldukça arttığı ve 2017 yılında %55 seviyesine ulaştığı görülmektedir. Yüksek artış gösteren bir başka açıklama konusunu ise performans yönetim sistemi oluşturmaktadır. 2006 yılında %50 oranında açıklama yapılırken, 2016 ve 2017 yıllarında bu oran %81'e yükselmiştir. Sendikalaşma oranındaki gelişim ise aynı doğrultuda değildir. 2006 ve 2017 yılları arasında en düşük artış düzeyi sendikalaşma oranında karşımıza çıkmaktadır. 2006 yılında %44 olan oran, 2015,2016 ve 2017 yıllarında %54 seviyesindedir. Çalışanlar ana başlığı altında yapılan açıklamalarda 2006-2017 yılları arasındaki toplam artış ise %50 seviyesindedir.

Grafik 3, işletmelerin çevresel konularda yapmış oldukları açıklamaların dağılımını göstermektedir.

Grafik 3: Çevre Konulu Açıklamalardaki Yıllık Değişim

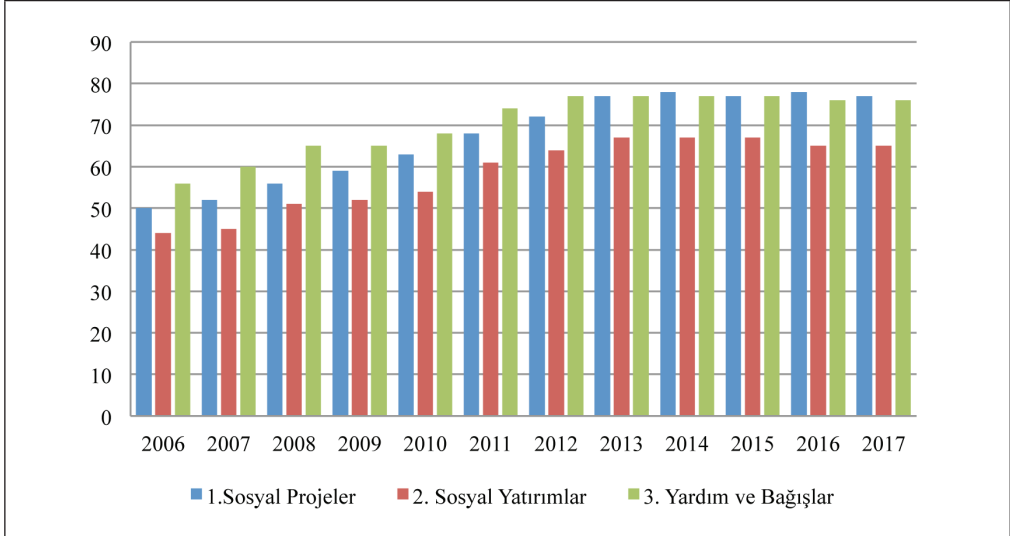
Çevre konusundaki açıklamalar çevresel oranlar, çevre yönetim sistemi sertifikası ve işletmelerin yasal yaptırımlar dışında çevre dostu bazı girişimlerinin bulunup bulunmadığı olmak üzere üç konu başlığı altında incelenmiştir. Çevre ana başlığı altında yapılan açıklamalarda 2006-2017 yılları arasındaki toplam artış %190 olarak hesaplanmıştır. 2006 yılında çevre ana başlığı altında 74 açıklama yapılırken, 2017 yılında bu sayı 215'e yükselmiştir. İşletmelerin karbon salınım düzeyleri, su ve elektrik kullanım oranları ve bu oranları azaltmak için yaptıkları girişimlere ilişkin bilgileri içeren çevresel oranlar, çevre ana başlığı altında yapılan en düşük seviyeli açıklamaları oluşturmaktadır. Buna rağmen, 2006 yılında çevresel oranlarla ilgili açıklama yapan şirket sayısı 9 iken, bu sayının 2017 yılında 59'a yükselmesi dikkat çekicidir. 2006 yılında çevre yönetim sistemine sahip olduğunu açıklayan şirketlerin sayısı 39 iken, 2017 yılında bu sayı 74'e yükselmiştir. Yasal zorunluluklar dışında çevre dostu girişimlerde bulunduğunu beyan eden şirketlerin sayısı ise 2006 yılında 26; 2009 yılında ise 82'dir. Çevresel raporlama alanında 2006 ve 2017 yılları arasında bu derece yüksek bir artış oluşmasında sürdürülebilirlik raporlarının yaygınlaşmasının büyük bir payı bulunmaktadır.

İşletmelerin toplumsal konulardaki katkıları ya da girişimleri toplum başlığı altında ele alınmıştır. Toplumsal duyarlılık konusunda yapılan açıklamaların yıllar itibariyle değişimlerine ise Grafik 4'te yer verilmiştir.

Toplum başlığı altında incelenen konular sosyal sorumluluk projelerine katılım, sosyal yatırımlar ve yardım ve bağışlardan oluşmaktadır. Sosyal sorumluluk projeleri eğitim, spor, toplumsal sorunlar, sağlık ve kültürel aktiviteler alt başlıkları altında gerçekleştirilen sosyal sorumluluk projeleriyle ilgili açıklamaları kapsarken, sosyal yatırımlar ise yine bu alanlarda yapılan kalıcı yatırımları kapsamaktadır. 2006 yılında sosyal sorumluluk projelerine katılım oranı %50 iken, 2014 ve 2016 yıllarında bu oran %78; 2017 yılında ise %77 olarak gerçekleşmiştir. 2006 yılında şirketlerin %44'ü sosyal yatırım yaptığı beyanında bulunurken, 2017 yılında bu oran %65 olarak gerçekleşmiştir. Yapılan yardım ve bağışlara ilişkin açıklamalar

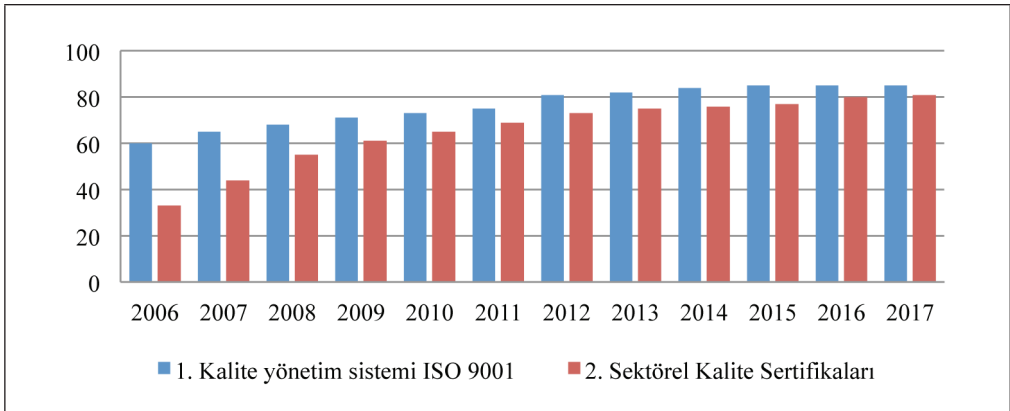
ise 2006 yılında %56; 2017 yılında ise %76 oranındadır. Toplum ana başlığı altında yapılan açıklamalarda 2006-2017 yılları arasındaki toplam artış ise %45 seviyesindedir.

Grafik 4: Toplum Konulu Açıklamalardaki Yıllık Değişim



İşletmelerin satışını gerçekleştirdikleri ürünler ya da üretimlerine ilişkin açıklamalarındaki yıllık bazlı değişimlere Grafik 5'te yer verilmiştir.

Grafik 5: Ürün/Üretim Konulu Açıklamalardaki Yıllık Değişim

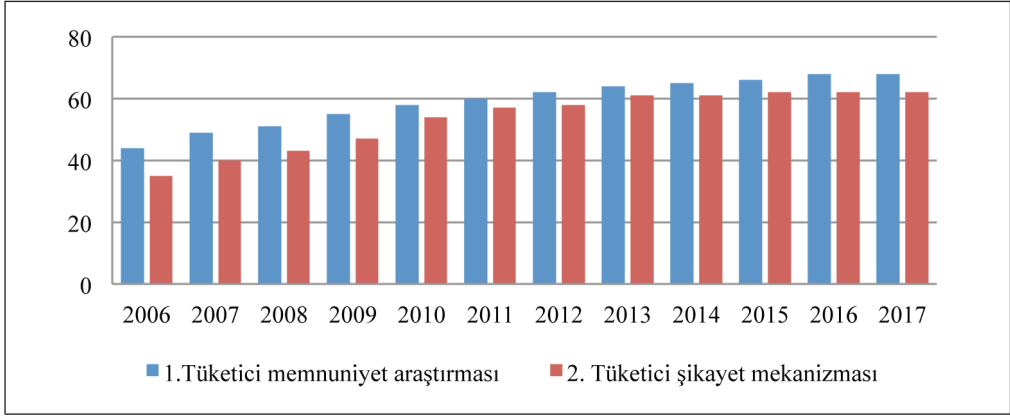


2006 yılında ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi bulundurduğunu beyan eden şirketlerin sayısı 60 iken, 2017 yılında bu sayı 85'e yükselmiştir. ISO 9001 dışında sektöre özgü kalite sertifikalarına sahip olduğunu beyan eden şirketlerin sayısında ise yüksek oranda artan bir değişim görülmektedir. 2006 yılında sektörel kalite belgelerine sahip olduğunu açıklayan şirketlerin sayısı 33; 2017 yılında ise 81'dir. Ürün/Üretim ana başlığı altında yapılan açıklamalarda 2006-2017 yılları arasındaki toplam artış ise %78 olarak hesaplanmıştır.

İşletmelerin tüketicilerle olan ilişkilerine ilişkin yaptıkları açıklamalar, tüketici memnuniyet araştırması ve tüketici şikâyet mekanizması olmak üzere iki başlık altında incelenmiş olup, Grafik 6'da özetlenmiştir.

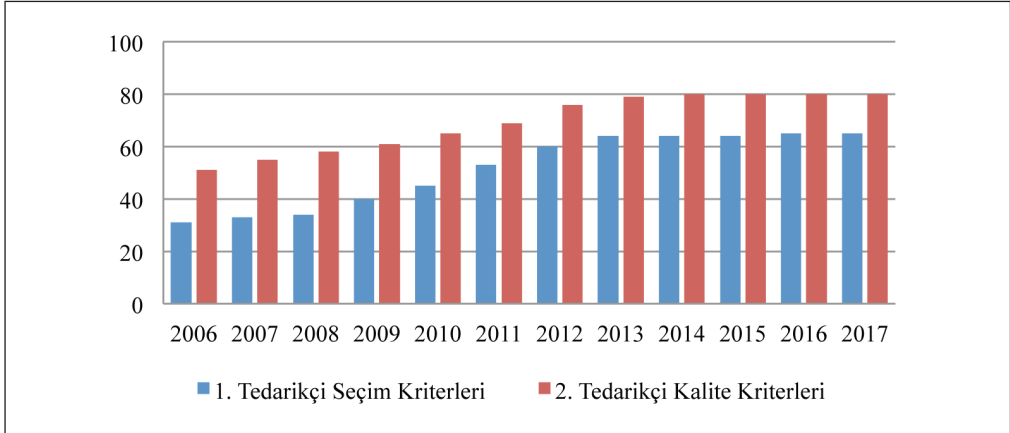
Tüketiciler ana başlığı altında yapılan açıklamalarda 2006-2017 yılları arasındaki toplam artış %64'tür. 2006 yılında tüketicilere yönelik memnuniyet araştırması yapan şirketlerin sayısı 44 iken, bu sayı 2016 yılından itibaren 68'e yükselmiştir. Memnuniyet araştırmaları dışında tüketicilere yönelik özel bir şikâyet mekanizması kurmuş olan şirketlerin sayısı ise 2006 yılında 35; 2017 yılında ise 62'dir. Bu şikâyet mekanizmalarının ağırlıklı bölümü, telefon hatları, müşteri hizmetleri servisleri ya da elektronik posta hatlarından oluşmakta olup ISO 10002 belgesine sahip olduğunu beyan eden şirketlerin sayısı oldukça azınlıktadır.

Grafik 6: Tüketiciler Konulu Açıklamalardaki Yıllık Değişim



Grafik 7, işletmelerin tedarikçileriyle olan ilişkilerinde sosyal sorumluluk stratejilerine ya da sürdürülebilirlik yaklaşımlarına uygun hareket etme konusundaki açıklama düzeylerini analiz etmektedir.

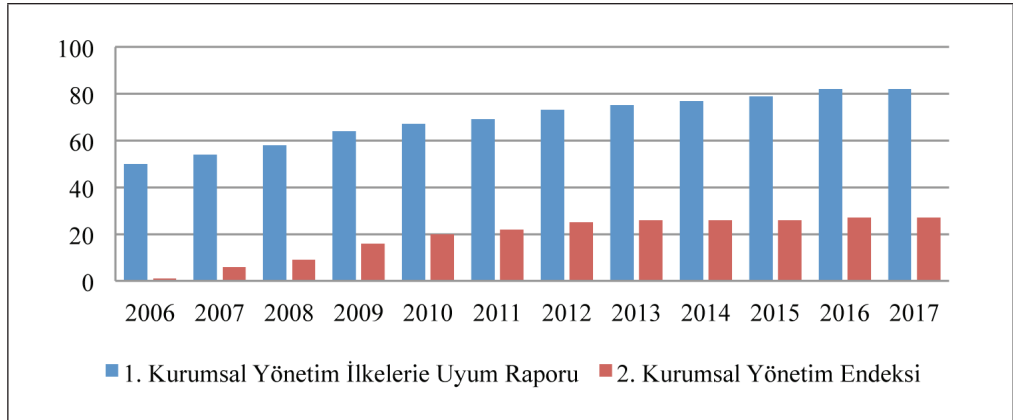
Grafik 7: Tedarikçiler Konulu Açıklamalardaki Yıllık Değişim



İşletmelerin sürdürülebilirlik yaklaşımıyla ya da sosyal duyarlılıkla faaliyetlerini devam ettirmeleri, sürdürülebilir kalkınma için yeterli görülmemektedir. Tedarikçilerle olan ilişkilerin de aynı bakış açısıyla yürütülüyor olması, sektörel açıdan da bir otokontrol mekanizması oluşturmaktadır. 2006 yılında tedarikçilerin seçiminde sosyal politikalara uygun olarak davrandığını beyan eden şirketlerin sayısı 31; tedarikçilere yönelik sürdürülebilirlik anlayışı doğrultusunda bazı kalite kriterleri getiren şirketlerin sayısı ise 51'dir. 2017 yılına gelindiğinde tedarikçi seçimine ilişkin yapılan sürdürülebilirlik ya da sosyal sorumluluk eksenli açıklama yapan şirketlerin sayısı 65'e; kalite kriterlerine yönelik açıklamaların sayısı ise 80'e yükselmiştir. Tedarikçiler ana başlığı altında yapılan açıklamalarda 2006-2017 yılları arasındaki toplam artış ise %76 seviyesindedir.

Grafik 8 ise işletmelerin kurumsal yönetim konulu açıklamalarına ilişkin değişimleri göstermektedir. Ülkemizde Borsa İstanbul bünyesinde işlem gören şirketlerin faaliyet raporları kapsamında ya da ayrı bir rapor olarak kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporu hazırlama yükümlülükleri bulunmaktadır. Bu nedenle incelemeye konu her şirket için kurumsal yönetim ilkelerine uyum raporu bulunmaktadır. Ancak bu raporların kapsamı ve niteliği farklılık göstermektedir. 2006, 2007 yılları gibi daha eski dönemlerde kurumsal yönetim ilkelerine yönelik detaylı açıklama yapma oranı oldukça düşükken, 2017 yılına gelindiğinde bu oranın %80'lerin üzerine çıktığı görülmektedir. Borsa İstanbul "Kurumsal Yönetim Endeksi" bünyesinde hâlihazırda 51 şirket bulunmaktadır. İncelemeye tabi şirketler içinde, kurumsal yönetim endeksi notunu açıklayan şirketlerin sayısı 2006 yılında sadece 1 iken, 2007 yılında 27'ye yükselmiştir.

Grafik 8: Kurumsal Yönetim Uygulamaları Konulu Açıklamalardaki Yıllık Değişim

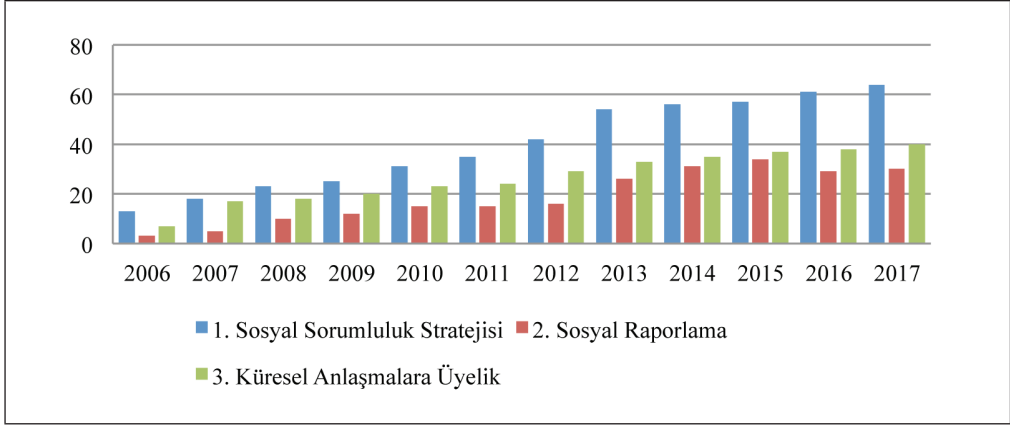


İşletmelerin sosyal sorumluluk ya da sürdürülebilirlik konularında herhangi bir stratejiye sahip olup olmadıkları, sosyal strateji başlığı altında incelenmiş ve Grafik 9'da özetlenmiştir.

Grafik 9 incelendiğinde yıllar içinde sosyal sorumluluk stratejisi bulunduğu dair açıklama yapan şirketlerin sayısındaki artış dikkat çekmektedir. 2006 yılında 13 şirket sosyal sorumluluk stratejisi açıklarken, 2017 yılında bu sayı 64'e yükselmiştir. 2006 yılında sadece 3 şirket, faaliyet raporları dışında sosyal sorumluluk ya da sürdürülebilirlik raporu

hazırlarken, 2017 yılında bu sayı 30'a yükselmiştir. Bu şirketlerden 1 tanesi "kurumsal sosyal sorumluluk raporu", 1 tanesi ise "entegre rapor" adıyla sosyal raporlama yaparken kalan 28 şirket "sürdürülebilirlik raporu" yayınlamıştır. GRI gibi küresel kabul edilmiş standartları bulunan girişim ya da kuruluşlara üye olan şirketlerin sayısı 2006 yılında 7 iken; 2017 yılında 40'a yükselmiştir. Sosyal Strateji ana başlığı altında yapılan açıklamalarda 2006-2017 yılları arasındaki toplam artış ise %482 olarak hesaplanmış olup, tüm inceleme alanları içinde en yüksek artış oranının sosyal stratejiye ait olduğu görülmektedir.

Grafik 9: Sosyal Strateji Konulu Açıklamalardaki Yıllık Değişim

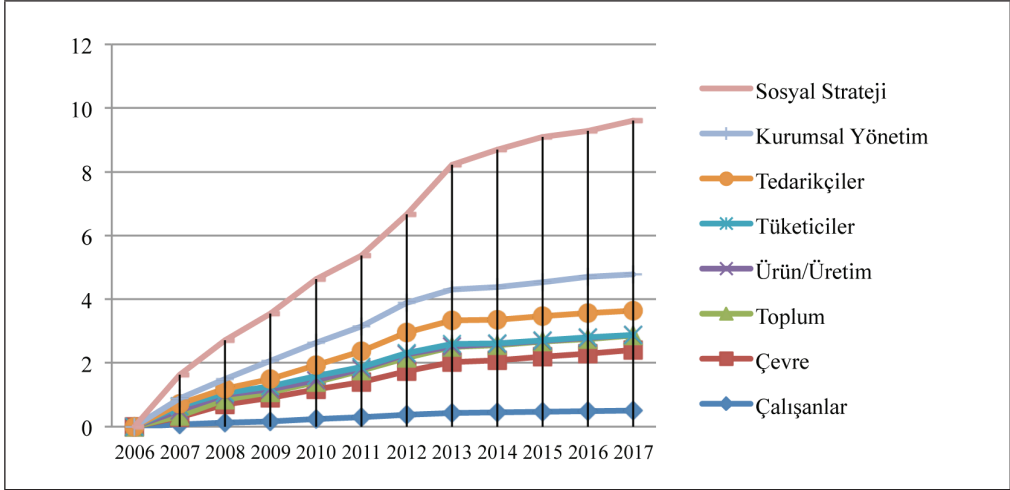


4.3. Araştırma Sonuçları

İşletmelerin finansal olmayan konularda yaptıkları açıklamalar bir bütün olarak değerlendirildiğinde 2006-2017 yılları arasında artan bir ivmeyle açıklama yaptıkları görülmektedir. Grafik 10, 2006 yılı baz yıl olmak üzere finansal olmayan konularda yapılan açıklamaların yıllar itibariyle yüzdesel değişimlerini göstermektedir.

Grafik 10 incelendiğinde, tüm finansal olmayan açıklama konularındaki artış açık bir şekilde görülmekle birlikte, işletmelerin özellikle sosyal strateji konulu açıklamalarında önemli bir değişim trendi gözlenmektedir. Bu durum özellikle sosyal rapor sayısındaki artıştan kaynaklanmaktadır. Finansal olmayan bilgiler daha eski dönemlerde ağırlıklı olarak faaliyet raporları kapsamında açıklanırken, günümüze gelindiğinde faaliyet raporları dışında ayrı bir sosyal rapor kapsamında açıklama yapma ihtiyacının önemli ölçüde artmış olması dikkat çekmektedir.

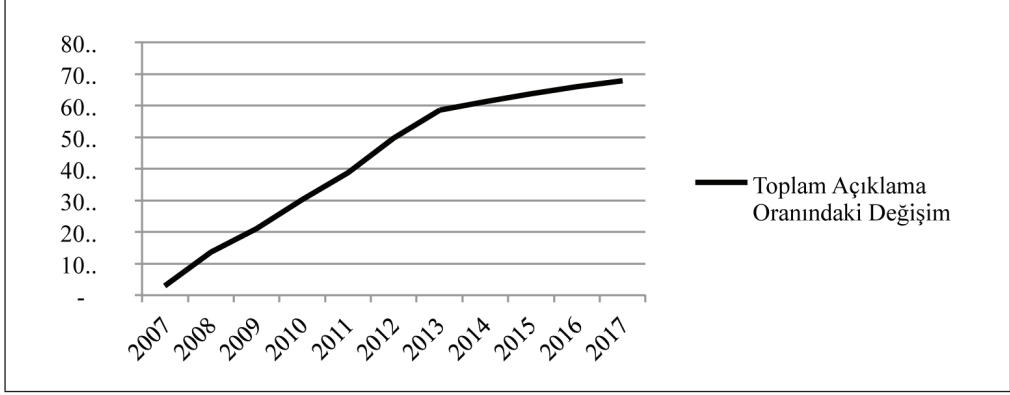
Grafik 10: Finansal Olmayan Açıklamaların Gelişim Trendi



Grafik 11 ise 2006 yılı baz olmak üzere toplam açıklama düzeyindeki yüzdesel artış ifade etmektedir. Finansal olmayan bilgilerin açıklama yüzdesindeki değişimin özellikle 2006 – 2012 yılları arasında yüksek bir ivme kazandığı, 2013 yılından sonra ise daha düşük bir ivmeyle de olsa artmaya devam ettiği görülmektedir. Bu durum incelemeye tabi şirketlerin Türkiye'nin en büyük şirketleri arasından seçilmiş olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. İnceleme kapsamındaki çok sayıda şirketin sosyal raporlama konusundaki girişimlerini 2013 yılına kadar tamamladığı ve her yıl aynı kararlılıkla ve artan bir farkındalıkla raporlama yapmaya devam ettiği görülmüştür. Dolayısıyla bu şirketlerin 2013-2017 yılları arasında açıkladıkları finansal olmayan bilgilerin sayı ve niteliğinde nispeten daha az bir değişiklik bulunmamaktadır.

Bu ana başlıklar değerlendirildiğinde en çok açıklama yapılan alanlardan birinin çalışan hakları olduğu görülmektedir. Çalışan haklarıyla ilgili açıklamaların, incelemeye tabi en eski yıllarda bile en çok yer tutan açıklamalar olmasına karşın, yıllar içinde diğer konulara nispeten daha az değişim gösterdiği (%50) tespit edilmiştir. Sosyal sorumluluk projelerine katılım, yardımlar ve bağışlar gibi konuları içeren toplum başlığına ilişkin açıklamalar da yıllar içinde yine nispeten daha az artış göstermiştir (%45). İşletmelerin çevresel duyarlılık, ürün kalitesi, kurumsal yönetim uygulamaları ve tüketiciler konularında yaptıkları açıklamalar yıllar itibariyle benzer bir gelişim trendi göstermiştir ve diğer tüm açıklama konuları gibi artma eğiliminde olmuştur (%64-%113 aralığında değişen artış oranları tespit edilmiştir). Çevresel konulardaki artış ise %190 seviyesinde olup, sürdürülebilirlik raporu sayısındaki artış, bu değişimin önemli bir nedenini oluşturmaktadır. Diğer açıklama konularına göre oldukça fazla değişim gösteren açıklamalar ise sosyal strateji başlığıyla karşımıza çıkmıştır. Araştırmaya dâhil edilen şirketlerin sosyal stratejileri, hedefleri ya da politikalarını gösteren bu ana başlıkta 2006-2017 yılları arasında %482'lik bir artış tespit edilmiştir. Grafik 11 tüm açıklama konularındaki yüzdesel değişimi bir bütün olarak göstermektedir. Çalışma kapsamında ele alınan şirketlerin finansal olmayan konulardaki toplam açıklamaları 2006-2017 yılları arasında yaklaşık %83 oranında artış göstermiştir.

Grafik 11: Toplam Açıklama Düzeyindeki Yüzesel Değişim



5. Sonuç

İşletmeler sınırlı kaynakları kullanarak sınırsız ihtiyaçları karşılamaya çalışmaktadır. Ana amacı kâr elde etmek ve hissedarlarına kazanç sağlamak gibi görülen işletmelerin kullandıkları kaynaklar ise toplumsal kaynaklardır. İşletme sayısı arttıkça ve işletmelerin faaliyet alanları genişledikçe işletme faaliyetlerinin sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri de artmakta ve paydaşların işletmelerden olan beklentileri de değişmektedir. Geçmişte temel paydaşlar hissedarlar ve dolayısıyla temel beklenti kârken, günümüzde toplum da işletmelerin önemli bir paydaşı konumundadır. Bu nedenle paydaşların beklentileri kârlılıktan öte işletme faaliyetlerinin adil, şeffaf, hesap verebilir, toplumsal konulara ve çevreye duyarlı olarak devam ettirilmesi yönünde gelişmiştir. Bu gelişmelerin etkisiyle kurumsal sosyal sorumluluk, hesap verebilirlik, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma gibi kavramlar sıklıkla dile getirilmeye başlamıştır. İşletmeler için paydaşlarına, onların beklentilerini önemseydiğini ve karşılamaya çalıştığı göstermenin en önemli araçlarından biri de finansal olmayan raporlardır. Hesap verebilirlik raporları, çevresel raporlar gibi isimlerle başlayan raporlama sürecinin kurumsal sosyal sorumluluk raporları, üçlü sorumluluk raporları ve sürdürülebilirlik raporları olarak devam ettiği; günümüzde ise hem finansal hem de finansal olmayan konuları kapsayan entegre raporlamaya doğru bir yönelme olduğu görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında Türkiye’de faaliyet gösteren 100 halka açık şirketin yıllar itibariyle finansal olmayan açıklamaları ve raporlarındaki değişim trendi analiz edilmiştir. 2006 – 2017 yılları arasındaki 12 yıllık süreç için 100 firmanın finansal olmayan açıklamaları, hem faaliyet raporları hem de yayınladıkları finansal olmayan raporlar aracılığıyla içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Finansal olmayan açıklamalar çalışanlar, tüketiciler, çevre, tedarikçiler, ürün/üretim, toplum, kurumsal yönetim uygulamaları ve sosyal strateji olmak üzere 8 ana başlık altında değerlendirilmiştir. En yüksek artış oranı sosyal strateji başlığında ele alınan konularda ortaya çıkmıştır. Bu başlık altında 2006-2017 yılları arasında %482’lik bir artış tespit edilmiştir. İşletmelerin toplumu ilgilendiren konularda strateji geliştirmesi, kurumsal sosyal sorumluluk politikaları oluşturması ve faaliyet raporlarından ayrı finansal olmayan raporlar hazırlanması konularını içeren sosyal strateji başlığındaki yüksek orandaki artış, işletmelerin toplumsal konulara eğilimlerindeki yıllar içindeki değişimi göz önüne sermesi

bakımından çok önemli bir göstergedir. Öte yandan, işletmelerin faaliyet raporlarından ayrı bir finansal olmayan raporlama hazırlama eğilimlerinin de günden güne önemli ölçüde arttığı tespit edilmiştir. 2006 yılında sadece 3 şirketin ayrı bir finansal olmayan raporu bulunurken, 2017 yılında 10 katlık bir artışla bu sayı 30'a yükselmiştir. Dünya'da zorunlu sosyal raporlamaya karşı yönelen eğilim ve günümüz koşullarında artık işletmelerin sosyal beklentileri dikkate almaksızın varlıklarını sürdürülemezliğinin yaygın olarak kabul edildiği düşünüldüğünde, ilerleyen yıllarda ülkemiz için de bağımsız finansal olmayan raporların sayısında ve niteliğinde önemli ölçüde artış olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Çalışkan, A. Ö. (2017). Sürdürülebilir kalkınma hedefi ve sürdürülebilirlik raporu. İçinde Y. Selvi (ed.), *İşletmelerde Finansal Olmayan Verilerin Raporlanması* (ss:89-138). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282-311.
- Eccles, R. G. & Saltzman, D. (2011). Achieving sustainability through integrated reporting. *Stanford Social Innovation Review*, Summer 2011, 56-61.
- European Commission, (2017). *Directive 2014/95/EU of the European Parliament*. Erişim Tarihi: 15.05.2018, https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/non-financial-reporting_en.
- Freeman, R. E. & Reed, D. L. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California Management Review*, 15(3), 88-106.
- Gibson, K. & O'Donovan, G. (2007). Corporate governance and environmental reporting: An Australian study. *Corporate Governance*, 15(5), 944-956.
- Gray, R. (2001). Thirty years of social accounting, reporting and auditing: What (if anything) have we learnt? *Business Ethics: A European Review*, 10 (1), 9-15.
- Green Paper. (2001). *Commission of the European communities green paper: Promoting a European framework for corporate social responsibility*. Erişim Tarihi: 10.11.2012, http://eurlex.europa.eu/lexuriserv/site/en/com/2001/com2001_0366en01.pdf.
- GRI. (2014). *Global reporting initiative guideline*. Erişim Tarihi: 15.01.2017, <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Turkish-G4-Part-One.pdf>.
- Kavut, L. (2010). Kurumsal yönetim, kurumsal sosyal sorumluluk ve çevresel raporlama: İMKB 100 şirketlerinin çevresel açıklamalarının incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 21(66), 9-43.
- Kolk, A. (2008). Sustainability, accountability and corporate governance: Exploring multinationals' reporting practices. *Business Strategy and the Environment*, 17, 1-15.
- Lorenzo, J. M. P., Alvarez, I. G., & Sanchez, I. M. G. (2009). Stakeholder engagement and corporate social responsibility reporting: The ownership structure effect. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16, 94-107.
- Nehme, M. & Wee, C. K. G. (2008). Tracing the historical development of corporate social responsibility and corporate social reporting. *James Cook University Law Review*, 15, 129-168.
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 344-371.

- Özbay, D. (2017). Kurumsal sosyal sorumluluk raporları. İçinde Y. Selvi (ed.), *İşletmelerde Finansal Olmayan Verilerin Raporlanması* (ss:49-88.). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571- 610.
- Ullmann, A. A. (1985). Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of U.S. firms. *Academy of Management Review*, 10(3), 540-557.
- Van der Laan, S. L. (2004). The role of theory in explaining motivation for corporate social disclosures: Voluntary disclosures vs. 'solicited' disclosures. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, 3(4), 15-29.
- Venturelli, A., Caputo, F., Cosma, S., Leopizzi, R., & Pizzi, S. (2017). Directive 2014/95/EU: Are Italian companies already compliant? *Sustainability*, 9, 1385. Erişim Tarihi: 10.05.2018, <http://www.mdpi.com/2071-1050/9/8/1385>.
- Yamak, S. (2007). *Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının gelişimi*, İstanbul: Beta Yayınevi.