



# TAYBURN®

## 26.YIL

## RÖPORTAJI

Ediz Usman – Tayburn Kurumsal, Kurucu Ortak

**Şirketinizi daha çok kurumsal raporlama alanında tanıyoruz ama bilmediğimiz başka hangi alanlarda faaliyet gösteriyor?**

Tayburn markasının Türkiye'deki hizmet yolculuğu, 1994 yılında faaliyet raporlaması ürün ve hizmetlerinin sunumu ile başladı.

26. yılımızı tamamladığımız bu süreçte inşa ettiğimiz know-how'ı, müşterilerimizin raporlama dışı kurumsal iletişim ihtiyaçlarına cevap vermek adına da yoğun olarak kullanıyoruz.

Sürdürülebilirlik, 2000'li yıllarla beraber, küresel ölçekte iş dünyasının öncelikleri arasında yerini alırken, biz de Tayburn olarak çözüm portföyümüzü sürdürülebilirlik danışmanlığı ve raporlaması ile çeşitlendirdik.

Yakın dönemde ise Tayburn, ana akım raporlamaya dönüşmekte olan entegre raporlama konusunda da hizmet sunmaya başladı ve öncülüklerine bir yenisini ekledi.

Raporlamanın dışında müşterilerimizin kurumsal kimlikten çizgi altı reklam kampanyalarına ve dijital mecralardaki tasarım ve içerik çözüm ihtiyaçlarına uzanan bir yelpazede terzi işi bir yaklaşımla cevap veriyoruz.

Raporlama dışındaki hizmet alanlarımızı aşağıdaki başlıklarda sınıflandırıyoruz:

**Yatırımcı ilişkileri ürünleri ve bültenler:** Günümüz piyasalarında hız, tutarlılık, şeffaflık ve sürdürülebilirlik yatırımcı ilişkilerinin başarısını belirleyen unsurlar. Bu kapsamda, kurumsal bilgiyi zamanında, kolay anlaşılır ve erişilir formatlarda sunmak yatırımcı ilişkileri ile uğraşan tüm profesyonellerin ortak ve değişmez hedefi. Periyodik yatırımcı sunumları, stratejik sunumlar ve road-showlara yönelik terzi işi çözümler Tayburn'ün yatırımcı ilişkileri alanında müşterilerine sunduğu katma değeri yüksek ürünlerden bazıları. Yatırımcı ilişkileri alanında müşteri verilerini ürünleştirme sürecindeki hızımız ve uygulamada "sıfır hata" seviyesi ile farklılaşıyoruz.

**Marka:** Tayburn, müşterilerinin stratejilerine katkıda bulunan, güçlü markalar geliştiriyor. Marka geliştirme konusunda; danışmanlık, tasarım, gözetim-izleme hizmetleri sunuyoruz. Tüketicinin aklında yer edinmeyi ve tercihlerini etkilemeyi hedefleyen marka çözümlerimiz ile sürdürülebilir performansı desteklemeyi hedefliyoruz.

**Pazarlama:** Global piyasalarda olduğu kadar yerel pazarda da güçlü ve derinlemesine bir deneyime sahibiz. Reklam kampanyaları, kurumsal tanıtım filmleri, ilanlar, broşürler ve elektronik sunumlar gibi ürün ve hizmetleri butik bir yaklaşımla müşterilerimize sunuyoruz. Pazarlama ve reklam alanında fark yaratan, ticari açıdan başarılı çözümler sunmayı hedefliyoruz.

**Dijital:** Dijital mecralarda ürettiğimiz çözümlerle, müşterilerimizin kalabalık ve rekabetçi bir evrende öne çıkmasına katkıda bulunuyoruz. Bu alandaki taahhüdümüz işlerliği yüksek, hedef kitleyle iletişimi güçlü, sonuca odaklı çözümler geliştirmek. Tasarım konusundaki yaratıcılığı etkin çözümlerle birleştirme yaklaşımını dijital mecralardaki hizmetlerimizin de temeli olarak görüyoruz. Kurumsal web sitelerinden yatırımcı ilişkileri web sitelerine, e-ticaret çözümlerinden web faaliyet raporlarına, web reklam-tanıtım kampanyalarından sosyal medya uygulamalarına kadar çeşitlilik gösteren çözümler sunuyoruz.

**İhtisas editörlüğü:** Tayburn'ün iddia sahibi olduğu bir diğer alanı işaret etmekte. Analitik bir araştırma yaklaşımında temellenen kurumsal iletişim içeriği üretme gücümüz, Tayburn'ün Türkçenin yanı sıra yabancı dillerde de hizmet sunma yetkinliği ile birleşmekte; müşterilere sunulan katma değer daha da güçlenmekte.

**Faaliyet raporları son 20 yılda nasıl bir evrim geçirdi? İçeriğinden dijitalleşmesine kadarki süreci sizden dinleyebilir miyiz? Raporların matbaada basılma oranı ya da basılma adetleri ne oranda azaldı?**

Faaliyet raporları bu süreçte çok önemli değişimler sergiledi. Bu değişimi raporu müşteri tarafından sahiplenilen

departmandan içeriğe, tasarım yaklaşımından ürünleşme şekline ve zamanlamasına dek pek çok alanda gözlemliyoruz.

Yatırımcı ilişkileri kavramının oluşup gelişmesi raporların çehresini de değiştirdi. Bugünkü rapor içeriği bölümlenmesini genel olarak üç ana kısımda kurguluyoruz: Sunuş, kurumsal yönetim ve devamında bağımsız denetim raporunu da içeren risk yönetimi ve finansal bilgiler bölümleri. 20 yıl önce yaptığımız raporlar bu bölümlenme referansında daha ziyade sunuş ve bağımsız denetim raporu ile sınırlı idi. Yatırımcının daha fazla bilgi talebi, regülatörün raporlama alanında getirdiği raporlama şablonları ve içerik gereklilikleri faaliyet raporlarını şirketler hakkında kapsamlı bilgi içeren dokümanlar haline getirdi. Halka açık şirketlerde ise bu bilgilerin kamuya açıklanma hususunda getirilen kurallar raporların hazırlanıp yayınlanma zamanlamasını erkene çekti.

Belli yaklaşım değişiklikleri gözlemlenen ancak ülkemizde hala gelişim gösterme aşamasında olan bir diğer alan ise raporların tasarımları. Raporunun tasarımının amaç değil bir araç olduğu olgusu konusunda bir bilinçlenme sürecindeyiz. Bu bizim Tayburn olarak da önem verdiğimiz bir husus. Raporun ana amacı içeriktir. Bunu söylerken tasarımın içeriği yansıtmak için çok iyi bir araç olduğunu da vurgulamak gerekiyor. Biz bu açıdan hazırladığımız raporların sadece “güzel” olmasını hedeflemiyoruz. Bizim hedefimiz “doğru” ve “güzel” olması. İçeriği zayıf, kuruma ait olmayan veya içeriğin önüne geçen tasarımlar zaten raporlamanın bugün geldiği nokta ile uyumuyor.

Ürünleşme konusunda ise dijital ortamların ağırlık kazandığı aşikâr. En basit hali ile bir PDF kullanımdan kapsamlı HTML raporlara farklı sunum şekilleri ile raporlamada dijital mecra ağırlık kazandı. Rapor baskı adetlerinde de bu doğrultuda azalış oldu. Şu an içinde olduğumuz pandemi dönemi ise baskı adetlerindeki en radikal düşüşe sebep oldu diyebiliriz.

**Kurumsal Raporlama sektörü ülkemizin uluslararası arenada gurur duyduğumuz sektörlerinden birisi. Alanında en itibarlı kuruluşlardan ödül almadığımız herhangi yıl neredeyse yok gibi. Bu konuda neler söylemek istersiniz?**

Yapılan bir çalışmanın takdir görmesi elbette çok hoş. Tayburn’ün çalışmaları 26 yıllık süreçte, LACP, Stevie IBA, ARC Awards ve IADA gibi çok sayıda ödül programında farklı kategorilerde kazanılan pek çok ödülle taçlandı.

Bunun yanı sıra FCI, TÜYİD gibi kurumların da üyelerin raporlarının değerlendirdiği yarışmalarda ödüllerimiz oldu.

Ajans olarak bakarsak 2019’da gerçekleştirilen LACP Vizyon Ödülleri’nde farklı disiplinlerde aldığımız yüksek skor ile bir kez daha dünyada raporlama alanında faaliyet gösteren lider hizmet sağlayıcıları arasında yer alarak Yılın En İyi Raporlama Ajansı kategorisinde Gümüş Ödül aldık.

Tayburn, 2018’de Stevie IBA ödül programı kapsamında, online ve basılı rapor kategorilerinde, küresel ölçekte en çok ödül alan reklam ajansı seçildi.

Tayburn, 2015 LACP Vizyon Ödülleri’nde ise 100 üzerinden 99 skorla, dünyada raporlama alanında lider 4 global ajanstan biri seçilerek Platin Ödül almıştı. Aynı yarışmada Tayburn, EMEA Bölgesi’nde de Platin Ödülün sahibi olmuştu.

Buna karşın bizim Tayburn olarak genel bakış açımız çoğu ticari kurum olan bu mekanizmalarda alınan ödüllerden ziyade raporun hedef kitlesi nezdinde elde ettiği başarının daha önemli olduğu yönünde. Bu nedenle bu tarz yarışmalara müşterimiz talep ettiğinde başvuruyoruz.

**Faaliyet alanlarınızdan sürdürülebilirlik ve buna bağlı olarak entegre raporlama danışmanlığı son yıllarda daha öne çıkan bir alan. Bu konudaki faaliyetlerinizi öğrenebilir miyiz?**

Son dönemde, şirketlerin finansal olmayan performansının raporlanması en az finansal performans kadar önem kazandı. Bu bağlamda, raporlama çalışmaları kapsamında, genişleyen ve çeşitlenen paydaş kitlesine paralel olarak şeffaf bilgiye erişme beklentilerinin karşılanması ihtiyacı da öne çıktı.

Raporlamanın farklı düzlemleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve toplam performansı yeknesak ve kıyaslanabilir bir formatta sunmak adına küresel çalışmalar yapılmakta.

Bu doğrultuda artık raporlama gündemine yerleşen entegre raporlama kavramı, entegre düşünceyi sahiplenmek ve kurumsal raporlama konusunda gelişme kaydetmek isteyen öncü şirketler için geliştirildi. İşletmelerin stratejilerini ve geleceğe dair planlarını bir bütün olarak ele almalarına yardımcı olan entegre raporlama, farklı sermaye gruplarının her birinin toplam performansa katkısının ve aralarındaki ilişkinin net olarak ortaya konmasına imkân sunuyor.

Biz Tayburn olarak entegre raporlama konusunu uzun bir zamandır zaten global ölçekteki gelişmeler nedeniyle yakından takip ediyorduk. Hatta TÜYİD'in bizi her yıl konuşmacı olarak davet ettiği Faaliyet Raporlamasında Son Trendler başlıklı seminer serisinde 2012 yılı sunumumuzu tamamen bu konuya ayırmıştık. 2012 yılı henüz entegre raporlamanın adının Türkiye'de henüz hemen hemen hiç bilinmediği bir dönemdi. Çimsa için hazırladığımız 2015 entegre faaliyet raporu, Türkiye'de bir reel sektör şirketi tarafından hazırlanan ilk entegre faaliyet raporu oldu. Borsa İstanbul için hazırladığımız 2017 entegre faaliyet raporu ise dünyada bir borsa tarafından hazırlanan ilk entegre faaliyet raporu olarak kayıtlara geçti.

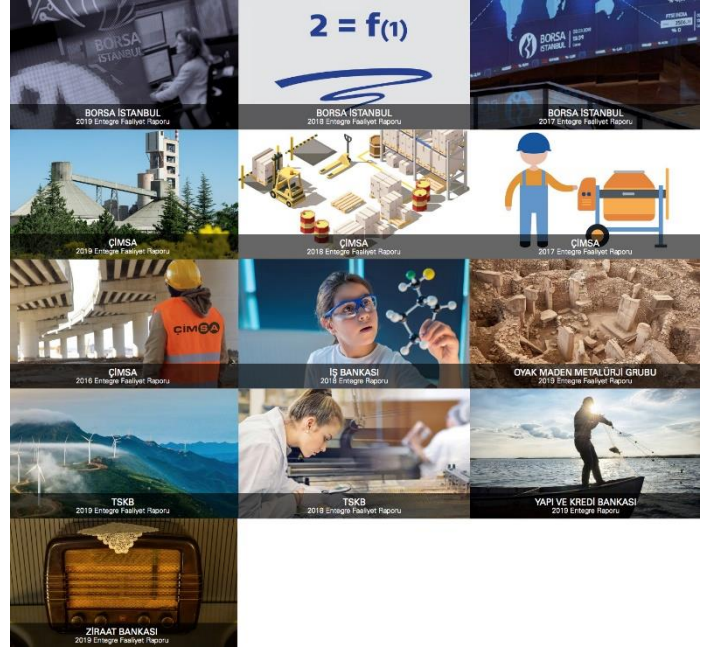
Bugün Tayburn hazırladığı toplam 13 entegre rapor ve entegre faaliyet raporu ile piyasada en çok entegre rapor hazırlama sürecine katılmış firma. Buradaki oranımız yaklaşık %33. Eğer skalayı üretim ve finans sektörleri olarak daraltırsak bu oran %45'e çıkıyor.

An itibarıyla hazırlamakta olduğumuz 2020 yılı entegre faaliyet raporları ile bu güçlü konumumuzu sürdüreceğimizi düşünüyorum.

**Entegre Rapor Faaliyet Raporuna göre ilave bir efor gerektiren bir rapor türü. Bunu şu ana kadar yayımlanan Entegre Rapor sayısından da anlayabiliyoruz. Şirketlerin Entegre Rapor hazırlama talebi konusundaki görüşlerinizi alabilir miyiz?**

Esasen entegre raporlama bir çıktı. Firmanın entegre düşünce yolculuğunda kat ettiği yolculuğun raporlama olarak bir yansıması diyebiliriz. Klasik faaliyet raporlamasından farklı olarak yapılması gereken bir ön hazırlık süreci var. Bu ön hazırlık sürecinde entegre rapor hazırlayan firmanın Değer Üretme Süreci, İş Modeli, Paydaş Tanımları, Önceliklendirme ve Paydaş Analizi Süreci, Bilim Bazlı Hedef Belirleme, SKA Haritalandırma, Risk ve Fırsatların Detaylı (ve Önceliklerle ilişkili) Analizi ve İş Kolları Bazında SKA'lara Katkı alanlarındaki envanterini oluşturması gerekiyor.

Burada talep aslında yatırımcıdan geliyor. Bu bilgilerin döngüsel bir şekilde anlatımı şirketin işleyişi, değer yaratma yetkinliği ve sürdürülebilirliği açısından daha iyi değerlendirilebilmesini olanaklı kılıyor.



Tayburn olarak bu sürecin tamamında müşterilerimize hizmet sunabiliyoruz. Aslında an itibarı ile tüm bu hizmetleri tek çatı altında sunabilen ender hizmet sağlayıcılardan biriyiz.

**SPK, Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Çerçevesi'ni yayımlayarak ilkeleri açıkladı. Bu ilkelere de 2021 yılından itibaren faaliyet raporlarında yer verilmesi zorunlu hale geldi. Bunun şirketler üzerinde nasıl bir etkisi olacak, şirketleri entegre raporlamaya yöneltici bir etkisi olacağını düşünüyor musunuz?**

Dünyada önemli değişimler oluyor. ÇSY (Çevresel, Sosyal, Yönetişim) konuları artık tüm dünyanın ana gündem maddelerinden biri. Yakın zamanda Davos'ta da ele alınan bir konu olarak hissedar kapitalizminden paydaş kapitalizmine geçiş konusu tartışılıyor. Siyah Kuğu riskleri yerini Yeşil Kuğu risklerine bırakıyor. Covid-19 yepyeni algı dünyası oluşturarak değişim anlamında bir katalizör olarak hayatımıza girdi.

Raporlama penceresinden baktığımızda ise tüm bu gelişmelerden bağımsız bir model ile ilerlemek zaten gerçekçi olmaz. Entegre raporlama da bu noktada bir ihtiyaç olarak kendini daha güçlü konuma getiriyor. Bu bakış açısıyla biz Tayburn olarak Sürdürülebilirlik İlkeleri Uyum Çerçevesi'ni aslında regülatörün entegre raporlamaya geçiş için attığı bir adım olarak görüyoruz.