



**Yaprak Özer**  
**İndeks İçerik İletişim**  
**Danışmanlık CEO**

### **“İlk izlenim, aslında son izlenimdir”**

Şubat Mart ve Nisan aylarında genel kurullarını toplayan halka açık firmalar bir telaş içinde bu yıl da faaliyet raporlarını hazırladılar ya da tamamlamak üzere hummalı bir çalışma içindeler. Tam da bu noktada, “ne yaptım nereye gidiyorum” diye sormak gerek diye düşünüyorum. “Gerçekten yaptığım anlamlı mı yoksa başka bir yol mu tercih etmeliydim, hazırlıklarımın kime faydası var ben ne anlatıyorum”... gibi soruları sormalı! Geç değil. Hala ikinci furya faaliyet raporları geliyor. Hem de tüm hızıyla!

Prof. Dr. Güler Aras işletme finansı, finansal analiz, kurumsal sürdürülebilirlik, kurumsal sosyal sorumluluk ve raporlama alanlarında ülkemizin yetiştirdiği sayılı uzmanlardan. 200’den fazla akademik ve profesyonel çalışmaya imza atan Prof. Dr. Aras, aynı zamanda birçok uluslararası derginin de editörlüğünü yapıyor. Ulusal ve uluslararası kabul gören bu isme kulak vermek gerek...

**Aras’la, İndeks Süreli Yayınlarından Vs. İçin yaptığımız bir söyleşiden alıntılarını sizlerle paylaşmak istiyorum:**

### **Faaliyet raporları Türkiye’de nereye gidecek? Bu alandaki değişimler nasıl olacak?**

Her şeyden önce bilginin en değerli araç haline geldiği günümüzde bu bilgiyi doğru, şeffaf ve zamanında veren herkes, bir adım önde olacak. Özellikle yatırımcılar açısından elektronik ortam, önemli bir iletişim kanalı haline geldi. Ancak buna rağmen faaliyet raporları, işletme ilgililerine sunduğu bilgiler ve içeriği açısından en temel ve etkin iletişim aracı olma özelliğini koruyor. Öte yandan raporların içeriği ve detayları değişiyor. Eskiden ağırlıklı olarak finansal veriler içeren faaliyet raporları, artık çevresel ve sosyal verileri de içeriyor. Kaldı ki, raporlardan yararlanan tarafların bu bilgileri talep ettikleri görülüyor.

### **Ülkemizde hazırlanan faaliyet raporlarında tespit ettiğiniz sıkıntılar, gözünüze çarpan sorunlar neler?**

Faaliyet raporları, her türlü detay bilgiyi içermek üzere hazırlanmış tablolar değildir. Firma için ilgili çevreleri ilgilendiren ve iletilmesinde yarar görülen temel bilgileri içermelidir. Benim gözlemlediğim en temel sorun, çoğu zaman gereksiz detaylar ile okuyucunun dikkatini dağıtacak kadar yüksek hacimli olma çabasıdır. Faaliyet raporları hazırlanırken kullanım alanları ve hedef kitle dikkate alınmalıdır. Raporu sistematik ve sürekli olarak talep eden kesim düzenleyici otoriteler, aracı kurumlar, finansal analistler, banka ve diğer kredi kurumları, kurumsal yatırımcılar ve mevcut hissedarlar ve yatırımcılardır. Öte yandan raporu gerekli durumlarda kullananlar ise derecelendirme kuruluşları, potansiyel ortaklar ve diğer menfaat sahipleri diye sıraladığımız müşteriler, çalışanlar ve finansal medyadır.

### **Faaliyet raporlarında yer alan tahmin ve öngörülerin inandırıcılığını arttırmak için nelere dikkat edilmeli?**

Temel noktalardan biri, doğru ve gerekli bilgileri uygun şekilde açıklamak ve ilgililerin bu bilgilere güven duymasını sağlamaktır. Rapor şüphe yaratacak hiçbir bilgi içermemelidir. Bilgilerin doğruyu yansıtmaması, yanlış anlamaya yol açacak nitelikte olması bir firma için güveni ortadan kaldıran en büyük tehlikedir.

Rapor hazırlamak uzmanlık gerektiren, profesyonel bir iştir. Şirketlerin faaliyet raporları olumlu ve olumsuz etki boyutlarının farkında olarak hazırlanmalı ve bu süreçte son derece dikkatli ve titiz davranılmalıdır. Raporların güvenilirliğini arttırmanın yolu, bilgilerin somut ve objektif rakamlar ve

analizlerle desteklenmesidir. Raporu hazırlayanlar karşı tarafın bilgi ihtiyacını ciddiye almalı ve buna yanıt verebilmek için gerekli veriler, destekleyici bilgiler, görseller ve doğru üslup kullanılmalıdır. İçerik olarak yatırımcının beklediği, şirketin bir yıl içerisindeki karşılaştırmalı performansı ve gelecek hedefleridir. Firma bilgileri vermekte çekinceli davranmamalı, finansal bilgilerin ve şirketin hedeflerinin yanı sıra hissedarların hakları, çalışanlara sağlanan haklar yer almalıdır.

#### **Faaliyet raporları halka açık şirketlerin şeffaflığına nasıl bir katkı sağlar?**

Finansal raporlar, bir anlamda şeffaf bilgilendirme araçlarıdır. Zira şirketin yatırımcı ve diğer menfaat sahipleri ile ilişkilerinin geliştirilmesinde, önemleri her geçen gün daha fazla artıyor. Günümüzde, yatırım kararları alınırken söz konusu firmanın finansal ve finansal olmayan bütün bilgileri, topluma ve çevre ile olan iletişimi, değerleri göz önünde bulunduruluyor. Yatırımcılar, bu konularda daha duyarlı hale geldikçe daha iyi toplumsal performansa ya da sürdürülebilirlik düzeyine sahip olan şirketler finansal açıdan daha başarılı olacaktır.

#### **Şirketler, faaliyet raporlarında bildirimleri bir yıllık sürece ilişkin yapıyor. Daha uzun süreçleri içeren bildirimler yapılmalı mı?**

Hepimizin takip ettiği gibi işletmeler, dönemsel olarak performanslarını rapor edip işletme verilerini anlatmaktan çok, sürdürülebilir performanslarının olup olmadığını aktaran raporlar sunmaya başladılar. Rapor bir yıllık da olsa onun içerisinde firmaların devamlılığını, uzun vadeli stratejilerinin varlığını, gelecekte neler vaat ettiğini, gelecek hedeflerinin neler olduğunu içeren bilgiler yer alıyor.

Faaliyet raporlarında da, sosyal raporlamada da temel amaç şirketin ilgilileriyle ilişkisini sürdürmek. Bunun tek yolu, firmanın performansının sürekli olduğuna inanılması. Bunun sadece bir yıllık verilerle yapamazsınız. Firmanın geçmiş verilerinden yola çıkarak gelecekte neler yapabileceğini gösterebilmelisiniz. Bu yaklaşım raporların açıklayıcılığını artırırken, güvenilirliğine de katkı sağlayacaktır.

#### **Yıllık faaliyet raporları yanında ara dönem faaliyet raporlarının da kullanılması gerekli mi?**

Ara dönem faaliyet raporları, Türkiye’de çok yaygın uygulanmasa bile çoğu ülkede bunlar üçer aylık dönemler ya da altı aylık faaliyet raporları şeklinde yapılıyor. Bunun amacı şirketle ilgili taze bilgileri, güncel bilgileri anında aktarmak. Elektronik ortamda bilgilerin sunulabildiği bir dönemde bu raporlar, güncelliği sağlayacaktır. Ara dönem raporlar hazırlama, Türkiye’de de artacaktır.

#### **Faaliyet raporları ya da sosyal sorumluluk raporlarının halkla ilişkiler amacıyla kullanılması, yanlış bir uygulama mıdır?**

Faaliyet raporları her anlamda mesaj içermek, bilgi vermek aynı zamanda firmanızın nasıl bir firma olduğunu tanıtmak için yapılıyor. Eğer bu bir halka ilişkiler işini de görüyorsa, firmanızın daha iyi tanıtılması amacına da katkı yapıyorsa bunun herhangi bir sakıncası olamaz. Fakat bu sadece halkla ilişkiler için yapılıyorsa, bilgiler ve görseller abartılarak amacının dışında kullanılıyorsa faaliyet raporunun güvenilirliğinin sorgulanmasına neden olabilir. Faaliyet raporlarınızda doğru mesajı doğru şekilde iletiyorsanız, 12 ay yaşayacak bir rapor oluşturabiliyorsanız ve bu rapor sizin halkla ilişkilerinize de faydalı oluyorsa doğru iş yapıyorsunuz demektir.

#### **12 ay kullanılacak faaliyet raporu yapmak için nelere dikkat edilmeli?**

Her ne kadar 12 ay boyunca faaliyet raporunuzu güncel tutmaya çalışsanız da işletmelerin daha ertesi gün resmî değişiyor, planları değişiyor, stratejisi değişiyor. Güncelliği ve takip edilebilirliği arttırmak amacıyla işletmenin dönemsel hedefleri ile ilgili faaliyet raporları bölümleri kurulabilir; ilk çeyreğinde ne yapacak ikinci çeyrek için neler planlıyor şeklinde... Merak uyandırmak, ilgi çekmek lazım. İşletmenin faaliyet raporuna dönüp “geçen sene ne yapmış, bu sene ne yapmış, şu an bir şey ne yapıyor, bunu daha önce nasıl yapmış” gibi sürekli takip edilebilir bilgiler yer almalı. Bundan kastedilenin, sadece istatistiki bilgi ve boğucu rakamlar olduğu akla gelmesin. Şirket bir sosyal sorumluluk projesine, bir yatırıma başlamışsa okuyucunun bunu merak etmesi lazım. Karşılaştırma yapmasına olanak sağlayacak bir tablonun ortaya konulması gerekir.

**Faaliyet raporlarının yatırımcıları bilgilendirmenin yanı sıra kritik öneme sahip ne gibi fonksiyonları vardır?**

Değindiğimiz gibi faaliyet raporları sadece genel kurulda sunulan yıllıkların çok ötesinde birçok etki ve faydaya sahip. Güncel örnek olarak değerlendirme şirketleri de faaliyet raporlarına bakıyor. Değerleme yaparken faaliyet raporlarının hangi içerikte olduğuna bakılıyor. Bunun sonunda not alıyorsunuz ve aldığınız her not imajınızı, riskinizi, dışarıdan görünüşünüzü, kredi maliyetinizi etkiliyor. Verilen notların bir kademe yukarı ya da aşağı hareketi, bu kadar önemliyse ve rapor bunda bir etkense işi daha fazla ciddiye almak gerekir. Bu nedenle raporların profesyonellerce hazırlanması artık daha fazla önem kazandı.