

Oyunun Kuralları Yeniden Yazılıyor

İKLİM KRİZİ ARTIK GELECEĞİN DEĞİL, BUGÜNÜN MESELESİ. ÜSTELİK BU KRİZ ŞİRKETLERİN UZUN VADELİ KARLILIĞI, İTİBARI VE REKABET GÜCÜ AÇISINDAN EN KRİTİK STRATEJİK ÖNCELİKLERDEN BİRİ HALİNE GELDİ. KÜRESEL ÖLÇEKTE YAŞANAN ZORUNLU DÖNÜŞÜM, KURUMLARI YALNIZCA FİNANSAL PERFORMANSLARIYLA DEĞİL, VAROLUŞ BİÇİMLERİYLE DE YENİDEN TANIMLIYOR.

Alışageldiğimiz ekonomik modeller, yatırımcı beklentileri, tedarik ve değer zincirleri ve mevzuatlar, gelişen ekosistem ve gezegenin öncelikleri doğrultusunda yeniden şekilleniyor. Bu tablo, her kurumun kendi varlık nedenini, stratejik hedeflerini ve değer yaratma modellerini yeniden düşünmesini gerektiriyor.

Yıllarca “uzak bir gündem” olarak görülen sürdürülebilirlik, artık yalnızca çevre raporlarının konusu değil; yönetim kurulları yönetim kurullarının doğrudan sahiplenmesi gereken bir dönüşüm alanı. Risk yönetiminden yatırımcı ilişkilerine, itibar yönetiminden uzun vadeli değer yaratmaya kadar her kararın merkezinde yer alıyor. Değişimin ertelenemez bir noktada olduğu bu süreçte şirketler artık sadece kâr değil, aynı zamanda “anlam”, “güven” ve “etki” de yaratmak zorunda!

Yeni yatırımcı profili, yatırımcı

larını yönlendirirken yalnızca “ne kadar kar ettiğinize” değil; bu karı nasıl, ne pahasına ve ne kadar sürdürülebilir biçimde elde ettiğinize bakıyor. Çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) risk ve kriterleri artık yatırım kararlarının merkezinde yer alıyor. Bu kriterleri stratejik olarak yönetemeyen şirketler finansal açıdan “riskli” olarak değerlendirilirken, bu riskleri fırsata dönüştürebilen kurumlar “dayanıklı”, “yatırım yapılabilir” ve “geleceğe hazır” olarak görülüyor.

Bu gelişmeler doğrultusunda değer ölçüm biçimi de değişti. Artık bir kurumun değeri yalnızca finansal büyüklüğüyle değil; buna ilave olarak üretilmiş sermaye, entelektüel sermaye, insan sermayesi, sosyal ve ilişkili sermaye ve doğal sermaye olmak üzere altı sermaye unsuru üzerinden belirleniyor.

Bu altı sermaye ögesini dengeli ve entegre biçimde yönetemeyen, bir alanda değer yaratırken diğer alanlarda erozyona yol açan kurumlar için uzun vadede sürdürülebilir başarıdan söz etmek mümkün değil. Finansal tablolar ile bu sermaye unsurları arasında ilişki kuramayan kurumların, yarattıkları değeri bütüncül biçimde gösterebilmeleri, paydaş güveni yaratabilmeleri de giderek zorlaşıyor.

ŞEFFAFLIK DÖNEMİ

Yeni mevzuatlar ve düzenleyici otoritelerin getirdiği yükümlülükler ile birlikte, yatırımcılar,

Artık sürdürülebilirlik, “gönüllü” bir sorumluluk değil; ticari varlığın devamı için de zorunlu bir stratejik gereklilik.

denetçiler ve paydaşlar; artık yalnızca verilen beyanları değil, bu beyanların arkasındaki bilimsel temeli, güvence süreçlerini ve denetlenebilirliği de sorguluyor. Avrupa Birliği’nin Yeşil İddialar Direktifi (Green Claims Directive) bu kapsamda çevresel beyanlarda yeni bir çağ başlatıyor. Bu Direktif kapsamında her çevresel iddianın, yaşam döngüsü analizleri ve ölçülebilir verilerle desteklenmesi gerekiyor. Aksi halde “yeşil aklama” (greenwashing) yalnızca bir iletişim riski değil, finansal ve hukuki bir yaptırım konusu haline geliyor. Bu yeni dönem, kurumların sadece raporlamayı değil; veri yönetimini, tedarik zincirini ve marka stratejisini de yeniden kurgulamasını gerektiriyor. Gerçek şeffaflık, artık yalnızca bir etik duruş değil; yatırıma erişimin de ön koşulu.

Sürdürülebilirlik dönüşüm, yatırımcı beklentileriyle birlikte, güçlü bir düzenleyici yapıyla da desteklenmiş durumda.

Avrupa Birliği öncülüğünde geliştirilen Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlama Direktifi (CSRD), Kurumsal Sürdürülebilirlik Özen Yükümlülüğü Direktifi (CS3D) ve Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (CBAM) gibi düzenlemeler, finansal raporlama ile birlikte finansal olmayan verilerin de şeffaf, güvenilir ve hesap verebilir biçimde raporlanmasını zorunlu kılıyor. AB Zorla Çalıştırma Yönetmeliği ve Ormansızlaşma Yönetmeliği gibi tek bir düzenleme dahi, tedarik zincirinizdeki en küçük ihlalin ürününüzün AB pazarından men edilmesine yol açabiliyor.

Türkiye’de ise Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları (TSRS) ile bu dönüşüm artık yasal zemine taşınmış durumda. 2024 itibarıyla yürürlüğe giren bu standartlar, Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (IFRS) ile tam uyumlu şekilde, finansal ve sürdürülebilirlik raporlamasını entegre biçimde ele alıyor. Özetle; artık sürdürülebilirlik, “gönüllü” bir sorumluluk değil; ticari varlığın devamı için de zorunlu bir stratejik gereklilik.

ZORUNLU DÖNÜŞÜM

Türkiye’de raporlama ekosisteminin bu zorunlu dönüşümünde en önemli katalizörlerden biri, şüphesiz bu yıl onuncu yaşını kutlayan Entegre

Raporlama Derneği Türkiye (ERTA) oldu.

On yıl önce “entegre düşünce” kavramı, finansal ve finansal olmayan bilgilerin bağlantısının kurulması ve raporlanması bakımından hala soyut bir fikirken, ERTA bu yaklaşımı bir farkındalıktan öteye taşıyarak kurumsal dönüşüm ve gelişim aracına dönüştürdü.

Derneğimiz ve ilgili komitelerimiz bünyesinde geliştirdiğimiz çalışmalarla ve Uluslararası Entegre Raporlama Konseyi (IIRC) ve IFRS Vakfı ile iş birliği içinde, Türkiye’de entegre düşünceyi kurumsal stratejilere dahil etmek için çok paydaşlı bir ekosistem oluşturmaktan mutluluk duyuyoruz. Bu kapsamda, Türkiye’nin küresel standartlara uyum sürecine liderlik eden öncü sivil toplum kuruluşu olarak üniversiteler, kamu, sivil toplum ve özel sektör arasında bir köprü vazifesi görerek, kurumların değer yaratma modellerini görünür kılmalarına katkı sağladık. Bugün entegre raporlama; yalnızca şeffaflığın değil, kurumsal dayanıklılığın, sürdürülebilir büyümenin ve yatırımcı güveninin temel unsurlarından biri haline geldiyse, bu dönüşümün arkasında ERTA’nın on yıllık kararlılığı bulunuyor. ERTA’nın önümüzdeki dönemdeki vizyonu ise net: Entegre düşünceyi Türkiye’de yönetim ve iş yapış kültürünün DNA’sına dönüştürmek.

BUGÜNÜ DÖNÜŞTÜREREK GELECEĞİ KURGULAMAK

Değişen ve gelişen bu ekosistemin sürdürülebilirliği, sadece değişime uyum sağlayanlarla değil; oyunun kurallarını yeniden tanımlayabilen, değişime yön verebilecek kurumlarla mümkün olabilecek. Geleceğin liderleri, sürdürülebilirliği bir maliyet kalemi değil, stratejik bir yeniden konumlanma ve uzun vadeli değer yaratma fırsatı olarak görebilen kurumlar olacak. Bu çerçevede yönetim kurullarına da bu dönüşümü sadece bir iletişim meselesi olarak değil, “kurumsal stratejinin merkezi” olarak görebilmek, entegre düşünceyi kurum kültürünün her seviyesinde içselleştirmek, değer zincirini yeni risk ve fırsatlara göre yeniden tasarlamak, raporlamayı ise geçmişin değil, “geleceğin iletişim aracı” olarak konumlandırmak gibi önemli görevler düşüyor. Bugün dönüşümü sahiplenen liderler, yarının rekabet üstünlüğünü de tanımlayacak. ■