

PAPER DETAILS

TITLE: Finansal Raporlamanin Internet Üzerinden Yayinlanmasi ve Gelismis Ülke Sirketleri Üzerine
Bir Çalışma

AUTHORS: Fehmi KARASIOGLU,Ümmü ALTIN

PAGES: 386-400

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1202446>



Araştırma Makalesi
Research Article

Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
Yıl: 2020 Cilt-Sayı: 13(3) ss: 386-400
Academic Review of Economics and Administrative Sciences
Year: 2020 Vol-Issue: 13(3) pp: 386-400
<http://dergipark.org.tr/tr/pub/ohuiibf/>

ISSN: 2564-6931

DOI:10.25287/ohuiibf.548010

Geliş Tarihi / Received: 02.04.2019

Kabul Tarihi / Accepted: 30.05.2020

FINANSAL RAPORLAMANIN İNTERNET ÜZERİNDEN YAYINLANMASI VE GELİŞMİŞ ÜLKE ŞİRKETLERİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Fehmi KARASİOĞLU¹
Ümmü ALTIN²

Öz

İnternet, işletmecilik alanında şirketlerin finansal raporlarının sunulması için kullanılan etkin bir araç olmuştur ve bilgileri paydaşlarına yaymak için kullanılan alternatif bir medya haline gelmiştir. Bu alternatif medya, çevrimiçi finansal açıklama (OFD) veya internet finansal raporlama olarak bilinir. İnternet tabanlı finansal raporlama (ITFR) son zamanlarda hızla büyüyen bir olgudur. Dünya çapındaki pek çok şirket finansal bilgilerini internette yayınlamaktadır. Şirketler, düzenlenen finansal raporlar aracılığıyla bilgileri işa ettiklerinden sermaye piyasasının etkinliği için hayati öneme sahiptir. Bu alternatif medya, kağıtsız bir raporlama sistemidir ve genellikle çevrimiçi finansal açıklama (OFD) veya internet finansal raporlama olarak bilinir. Çevrimiçi finansal açıklama, herhangi bir firmanın bilgi asimetrisinin azaltılmasını amaçlamaktadır. Bu çalışmada, gelişmiş ülkelerdeki şirketlerin, yatırımcıların internet sayfalarında aradıkları özelliklere ne derece cevap verebildikleri araştırılmıştır. Araştırmada, Fortune 500 sitesinden 24 gelişmiş ülkenin en iyi firmalarından birer tanesi seçilmiştir. Bu şirketlerin değerlendirilmesinde 40 maddeden oluşan değişkenler kullanılmıştır. Bu değişkenler kullanılarak her şirket için bir endeks oluşturulmuş, şirketlerin elde ettiği endeksler toplam endekslere oranlanmıştır.

Anahtar Kelimeler :İnternet; Finansal Raporlama; İnternet Tabanlı Finansal Raporlama; Gelişmiş Ülkeler; Gelişmiş Ülkelerde Raporlama.

Jel Sınıflandırılması :M41.

¹Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, fehmi@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6940-3033.

²Öğr. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Ermenek Meslek Yüksekokulu, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü, ualtin@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3483-2097.

FINANCIAL REPORTING ON THE INTERNET AND A STUDY ON COMPANIES OF THE DEVELOPED COUNTRIES

Abstract

The Internet has been an effective tool for the presentation of financial reports of companies in the field of business and has become an alternative media used to disseminate information to its stake holders. This alternative media is known as online financial disclosure (OFD) or internet financial reporting. Internet-based financial reporting (ITFR) is a rapidly growing phenomenon recently. Many companies around the world publish their financial information online. Companies are of vital importance for the effectiveness of the capital market as they disclose information through financial reports. This alternative media is a paperless reporting system and is generally known as online financial disclosure (OFD) or internet financial reporting. Online financial disclosure aims to reduce the information asymmetry of any firm. In this study, it has been investigated what extent companies in developed countries can respond to the features that investors are looking for on their web pages. In the study, one of the best companies of 24 developed countries has been selected from Fortune 500 site. In the evaluation of these companies, variables consisting of 40 items were used. By using these variables, an index has been created for each company and the indices obtained from the companies are divided into total indices.

Keywords : Internet; Financial Reporting; Internet-Based Financial Reporting; Developed Countries; Reporting in Developed Countries.

Jel Classification : M41.

GİRİŞ

Son yıllarda teknolojinin hızlı gelişimi ile birlikte, internet kullanımı da önemli ölçüde artmıştır. İnternet kullanımının artması, internetin kullanıcılar için sağladığı erişim kolaylığından kaynaklanmaktadır. Kullanıcılar her yerde ve her zaman internete kolayca erişebilirler. Ayrıca internetin kullanıcılarına verdiği bilgiler de oldukça geniştir. Artan teknoloji ve teknoloji kullanıcılarının sayısı, şirketleri artan küresel rekabet karşısında hayatta kalmak için teknolojiyi kullanmaya zorlamaktadır. İnternet teknolojileri çeşitli mesleklerde temel bir çalışma aracı olmuştur.

Bilgi teknolojilerinin, özellikle kişisel bilgisayarların ve internet gibi bilgisayardan bilgisayara iletişim sistemlerinin kullanımındaki ortaya çıkan artış, birçok iş kolunu ve toplumu büyük ölçüde değiştirmiştir. Bilgisayar ve bilişim teknolojisindeki hızlı gelişme, işletmelerin yürütülme şeklini ve finansal bilginin yayılma şeklini değiştirmiştir. İnternetin kurumsal bilgilerin yayılması için bir kanal olarak kullanılması, son yıllarda kayda değer bir büyüme yaşayan bir olgudur. İnternet teknolojisinin devrimi, kurumsal bilgilerini web sitesi aracılığıyla yayma konusunda şirket sayısını artırmış ve ekonomik sistemi dijitalleştirmiştir. İnternet, web sitelerinde finansal raporlama bilgilerinin zaman kısıtlamaları veya sınırları olmadan ulaşabilmeleri nedeniyle daha geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşma potansiyeli sunmaktadır. Ayrıca, şirketlerin çoğu, web sitelerini, bilgilerini açıklamak için bir araç olarak kullanmayı tercih etmektedir, çünkü dünya çapında web sitelerinden yayınlamak düşük maliyetli, dinamik ve esnektir.

Artan web siteleri, internet teknolojisinin çok fazla kullanıldığının bir göstergesidir. İnternetin küresel iletişim için bir kanal olarak popülaritesi son 20 yılda hızla gelişmiştir (Khan & Ismail, 2011: 27). Dünyanın her yerinde, gittikçe artan sayıda şirkette, internet'te World Wide Web (Web) siteleri bulunmaktadır (Lymer, Debrecency, Gray, & Rahman, 1999: 1). Çeşitli ülkelerdeki ticari şirketler, World Wide Web'i (www) kurumsal bilgi yayınının yeni yolu olarak kullanmaktadır (Khoufi & Khrifech, 2018: 375). Bugün, her şirketin en azından işlemlerinin kısa bir açıklamasını ve ürünlerinin bir listesini içeren bir web sitesi vardır. Bazıları şirketin pazar payı, görev bildirimi ve finansal raporları gibi ek bilgiler sağlarken, diğerleri daha da ileri gidebilmektedir (Matherly & Burton, 2005: 28).

İnternet, yatırımcılar için giderek daha önemli bir finansal bilgi kaynağı haline gelmiştir. 2004 yılında BetterInvesting Dergisi, profesyonel olmayan yatırımcıların yaklaşık yüzde 75'inin interneti yatırım faaliyetleri için kullandığını belgelemiştir (Hodge & Pronk, 2006: 268).

İnternetin bir bilgi ortamı olarak varlığı, muhasebe dünyasında finansal tabloların internet üzerinden veya İnternet Tabanlı Finansal Raporlama (ITFR) olarak bilinen sunumlarıyla ilgili yeni bir fikir ortaya çıkarmaktadır (Mooduto, 2013: 479). Bir şirketin finansal ve finansal olmayan bilgilerinin sunumunda internet kullanımı genellikle İnternet Tabanlı Finansal Raporlama (ITFR) olarak adlandırılır (Maryati, 2014: 72). Bilgilerin internet üzerinden dağıtılması muazzam bir fikirdir ve tüm dünyada gelişmektedir. Geleneksel kağıt raporlardan daha etkili kağıtsız raporlara geçiş ve değişim, tüm kullanıcılar ve hazırlayıcılar üzerinde büyük bir etki yaratacaktır (Ilias, Abd Razak, & Abd Razak, 2014: 338).

İ.LİTERATÜR

Hodge & Pronk (2003) çalışmasında, profesyonel ve profesyonel olmayan yatırımcıların yatırım kararlarını verirken üç ayda bir farklı çevrimiçi finansal bilgiler kullanıp kullanmadıklarını ve kullandıkları çevrimiçi bilgilerin yeni bir yatırım mı, yoksa araştırdıklarına veya mevcut bir yatırımı değerlendirmelerine mi bağlı olduğunu incelemek için bir veri kümesi kullanmıştır. Sonuç olarak, profesyonel yatırımcıların, PDF formatlı ve HTML formatlı raporları görüntülemeyi tercih eden ve yönetimin çeyrek sonuçları hakkında daha fazla tartışmaya yatkınlık eğiliminde olan, profesyonel olmayan yatırımcılarla karşılaştırıldığında doğrudan finansal tablolara güvenme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Aynı zamanda, profesyonel olmayan yatırımcılar için yatırım bilinirliğinin (yani mevcut bir yatırımın değerlendirilmekte olup olmadığını veya yeni bir yatırım araştırıp araştırmadıklarını), bir firmanın üç aylık raporlarında görüntüledikleri finansal bilgilerin türünü kuvvetle etkilediğini göstermektedir.

Allam & Lymer (2003) çalışmasında şirketlerin İnterneti nasıl sömürdüğünü ve mevcut ve potansiyel yatırımcılara ve diğer paydaşlara bu yaygın yoldan dolayı raporlama uygulamalarını nasıl geliştirdiklerini belirlemek amacıyla bu gelişmelerin bir dizi çalışmasını yapmıştır. Bu çalışma, dünyadaki beş ülkede bulunan en büyük şirketlere odaklanmaktadır. 2001 sonunda ve 2002 yılının başlarında 250 firmanın çevrimiçi raporlama uygulamaları incelenen şirketler arasında ortak faktörlerin detaylı bir nitelik analizi oluşturularak incelenir. Sonuçlar bu alandaki son değişiklikler hakkında yeni bilgiler sunmaktadır. Özellikle, İnternet teknolojilerinin daha yeni, daha etkileşimli yönlerinin, bu etkinliklerin yakın gelecekte kullanımlarını takip etmek ve kıyaslama yapılmasını sağlamak için nasıl kullanıldığını gösteriyor. Rapor daha sonra şirketlerin büyüklüğü ile raporlama uygulamalarının seviyesi arasındaki ilişkiyi ve öncelikle incelenen farklı ülkelerde listelenen büyük şirketlerin raporlama uygulamaları arasındaki farkları ele almaktadır. Bu sonuçlar, raporlama uygulamalarının farklı alanlardaki şirketler arasında önemli ölçüde farklılık olduğunu göstermektedir.

Kurt Gümüş & Gümüş (2009) çalışmasının amacı, İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören firmaların internet üzerinden yapmış oldukları bilgilendirmeleri araştırmaktır. Elde edilen bilgiler aracılığıyla, firmaların internet üzerinden yaptıkları bilgilendirmeleri etkileyen faktörlerin bulunması ve yapılan bilgilendirmelerin firmaların kazançlarıyla olan ilişkisinin ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Analiz sonucunda, firmaların internet üzerinden yaptıkları bilgilendirme düzeyinin yüksek olduğu ve sektörlerin bilgilendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir.

Al-Htaybat, Alberti-Alhtaybat, & Hutaibat (2011) çalışmasında, kullanıcıların Ürdün'deki internet tabanlı finansal raporlama (ITFR) uygulamalarına ilişkin algılarını incelemeyi amaçlamaktadır. Ürdün'de ITFR'nin kullanışlılığı ve kullanılabilirliği konusundaki algılarını araştırmak için dört farklı kullanıcı grubundan 200 katılımcıya anket formu uygulanmıştır.

Alınan 114 cevap, Kruskal-Wallis testi kullanılarak analiz edilmiştir ve analiz, ITFR konusunda katılımcıların Ürdün'deki karar vermesi için her zaman ve her yerden kullanılabilir, erişilebilir olduğunu ortaya koymuştur.

Homayoun, Rahman, & Bashiri (2011) çalışmada, 2007 yılında Bursa Malezya'da listelenen ilk 100 şirket arasında kurumsal bilgilerin yaygınlaştırılmasında İnternet'in kullanımını incelemektedir. Bu şirketler piyasa kapitalizasyonuna göre seçilmiş ve web sitesi gözlem ve içerik analizine dayandırılmıştır. 61 içerik kaleminden oluşan bir İnternet açıklama endeksi dört ana gruba ayrılmıştır: muhasebe ve finansal bilgiler, kurumsal yönetim, kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), yatırımcı ilişkilerinin iletişim bilgileri ve ilgili kolaylıklar. Ayrıca, 26 sunum formatı ögesi iki ana gruba ayrılmıştır: teknolojik özellikler ve web sitesi navigasyon desteğinin uygunluğu ve kullanılabilirliği referans olarak kullanılmıştır. Sonuçlar, şirketler tarafından en yüksek açıklamanın muhasebe ve finansal bilgi nitelikleri için tahakkuk ettiğini göstermektedir. Malezya'daki halka açık şirketlerin % 59'undan fazlasının oldukça iyi geliştirilmiş İnternet tabanlı raporlama yayınladığını ve İnternet Kurumsal Raporlama (ICR) için bir kalite puanı elde ettiğini göstermektedir.

Ojah & Mokoaleli-Mokoteli (2012) çalışmasında gelişmiş ve gelişmekte olan 44 ülkeden oluşan bir panel kullanmıştır. İnternet tabanlı finansal raporlamanın (ITFR) makro-çevresel belirleyicilerini kurumsal yönetim modelleri bağlamında analiz etmekte ve böylece hangi yönetim modelinin açıklama taleplerinin ITFR ile daha fazla ilişkili olduğu sorusunu ele almaktadır. Hem fiziksel hem de kurumsal altyapıların, bir ülkenin ITFR'yi benimsemesinin önemli belirleyicileri olduğu gösterilmiştir.

Kurumsal yönetim yapısının yanı sıra, bu altyapılar hem finansal raporlamanın hem de ifşanın ana hedeflerini şeffaflığı ve piyasa verimliliğini artırmak için ITFR ile birleştirmiştir. Bu bulgular, hükümetlerin ITFR'yi etkin bir şekilde benimsemeleri için kendi sınırları içindeki firmalara sağlamaları ya da firmaları teşvik etmeleri gerektiğini ve bu nedenle ifşa etmenin faydalarından yararlanmaları gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, gerekli çevresel altyapıların herhangi bir raporlama sisteminin başarısı için bir ön koşul olduğunu göstererek uluslararası finansal raporlamanın uyumlaştırılması tartışmasına katkıda bulunmuştur.

Khan (2014) araştırmasında, Malezya borsasındaki internet tabanlı finansal raporlama düzeyinin (ITFR) mevcut durumunu araştırmaya çalışmıştır. Araştırmadaki öğeler, genel hazırlayıcılar ve kullanıcıların bakış açısına dayanmaktadır. Araştırma bulgularına dayanarak ITFR seviyesi % 56,43 ile % 87,14 arasında tespit edilmiştir.

Ilias ve ark. (2014) araştırmasında, uzman kullanıcıların, algılanan faydalarına (PU), algılanan kullanım kolaylığına (PEOU), algılanan bilgi kalitesine (IQ), tutumlara, kullanıcı memnuniyetine ve yeniden kullanma niyetine odaklanarak, Malezya'daki İnternet Tabanlı Finansal Raporlamasına olan tepkisini araştırmıştır. Etkisi olduğuna inanılan üç faktör tutum, kullanıcının memnuniyeti ve yeniden kullanma niyetidir. Anket gönüllü olan ve ITFR algıları hakkında geri bildirimde bulunmak için hazır olan belirli paydaş gruplarına dağıtılmıştır. Çalışmada, üç faktörün tutum, kullanıcıların memnuniyeti ve yeniden kullanma niyeti üzerindeki ilişkileri belirlenmiştir. Mevcut sonuçlar, PEOU (Algılanan kullanım kolaylığı), PU (Algılanan fayda) ve IQ'nun (Bilgi Kalitesi), karar alma sürecinde ITFR'yi yeniden kullanmak için tutum, memnuniyet ve niyet ile güçlü bir ilişkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Jannah (2015) çalışmasında, internet ortamında finansal raporlama uygulamaları ile açıklama oranının etki faktörlerini incelemeyi amaçlamıştır. Bu araştırmada internet tabanlı finansal uygulamalar yoluyla yapılan açıklamalar bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Bağımsız değişkenler ise; yaş, büyüme, kamu mülkiyeti, işin karmaşıklığı, duran varlıklar ve şirket bazındadır. Bu araştırmanın nüfusu Endonezya Menkul Kıymetler Borsası'na kayıtlı bir şirkettir. Çalışma örneği Endonezya Menkul Kıymetler Borsası'nda ve Kompas-100 Endeks kategorisinde kayıtlı bir şirkettir. Hipotez testi yapmak için kullanılan veri analizi yöntemi çoklu regresyon analizidir. Analiz regresyonu kullanılarak yapılan hipotez testleri, kamu mülkiyeti, işletme karmaşıklığı, duran varlık ve şirket bazında değişkenlerin ITFR uygulamaları aracılığıyla yapılan açıklamaların kapsamını etkileyebileceğini göstermiştir. Yaş ve şirketin büyümesi, ITFR uygulamaları aracılığıyla açıklamanın kapsamını etkilememektedir.

Rizqiyah & Lubis (2017) araştırmada ITFR'nin Endonezya'daki İslami bankalara uygulanmasını amaçlayan bir çalışmadır. Bu çalışmada değişkenler toplam 112 madde test göstergesi ile sunum ve zamanlama değişkeninden oluşmaktadır. Bu çalışmanın sonuçları on

birinci Umum Syariah bankası örneklemeli araştırmanın ITFR'yi uygulayabildiğini göstermektedir. Her bir Umum Syariah bankası tarafından elde edilen ITFR puanı % 49 ile % 63 arasında değişmekte olup, toplam maksimum % 100 ve ortalama % 55'tir.

II.FİNANSAL BİLGİNİN KAMUYU AYDINLATMA ÖZELLİĞİ

Bir firmanın muhasebe sistemi içinde üretilen, finansal raporlar vasıtasıyla firmanın finansal durumunu ilgili kişilere aktaran bilgiye finansal bilgi denir.

Finansal bilgi; bir firmaya, kuruluşa ya da faaliyete yatırımcıların yatırım yapma kararını vermeleri, kredi verenlerin güven duymaları ve kredi sağlamaları gibi konularda firmaların finansal performanslarını değerlendirmelerini sağlayan önemli bir araçtır. Bu sebepten firmaların ya da kişilerin yatırım yapmak niyetinde oldukları firmaların finansal durumunu değerlendirmeleri de kritik bir rol oynamaktadır. Finansal bilgi, firmaların problemlerini, performanslarını ve gelecekteki muhtemel durumlarını ortaya koyar (Uzunoglu, 2018: 5).

Dünyada birçok firma finansal bilgilerini internet üzerinden kamuya açıklamaktadır (Uyar ve Çelik, 2006: 95). Kamunun aydınlatılmasındaki amaç, sermaye piyasasının aktif çalışması ve şartların tam rekabet koşullarına uygunluğunun sağlanmasıdır. Aslında kamunun aydınlanması ile yatırımcılar, yapacakları yatırımların riskinden değil, yanlış bilgilendirme sonucunda ortaya çıkacak gerçeğe uygun olmayan beklentilerden korunmaktadır (Otyakmaz, 2017: 32).

Bilgilerin kamuya açıklanması uzun yıllardır finansal düzenlemenin önemli bir bileşeni olmuştur. Kurumsal bilgilerin ifşa edilip edilmemesi, bu eylemden kaynaklanabilecek çoklu etkiler nedeniyle firmalar için en önemli kararlardan biridir. Kurumsal bilgiler, tarihsel ve finansal verilerin kayıtlarını, faaliyetlerin tanımlarını, mevcut durumun ortaya çıkmasını ve gelecek planlarını yani, yatırımcı beklentilerini ve diğer bireylerin firmaya yönelik davranışlarını etkileyebilecek ve belirli bir firmayı analiz etmek isteyenler için gerekli kamuya açık olan verileri içerir ('Alvarez, Sa'nchez, & Domínguez, 2008: 596).

Kamuyu aydınlatma, şeffaflığın sağlanmasında en önemli araçlardan birisidir. İngilizce literatürde "disclosure" olarak kullanılan bu kavram Türkçe'ye "kamuyu aydınlatma", "kamuya açıklama" ve "kamuyu bilgilendirme" olarak çevrilmiştir (Levent, 2018: 51–52).

Kamuyu aydınlatmanın zorunlu ve gönüllü olmak üzere iki türü bulunmaktadır.

Zorunlu kamuyu aydınlatma; yasalar çerçevesinde kamuya açıklanması zorunlu bilgilerin yine yasalar çerçevesinde belirtilen firmanın mali, yönetim, ortaklık vb. durumlarının belirtilen yer ve zaman içerisinde ilan edilmesidir. Firmalar tarafından kamuya yapılan zorunlu açıklamalar (mandatory disclosure) kanuni bir zorunluluktan doğmaktadır (Duman, 2010: 51).

Gönüllü kamuyu aydınlatma ise, mevzuatta zorunlu olmadığı halde, çeşitli nedenlerle, firmalar kamuya açıklama yapmak isteyebilirler. Buna gönüllü kamuyu aydınlatma (voluntary disclosure) adı verilmektedir. Gönüllü kamuyu aydınlatma, firmaların kendi tercihi olduğundan, içeriği, şekli ve zamanlaması firmaların kendi takdirine bağlıdır. Ancak, verilen bilgilerin, gerçek ve doğru olması gerekmektedir (Keskin, 2018: 42–43).

II.I. Yatırımcı Beklentileri

Kullanıcı pazarını ve finansal bilgi gereksinimlerini belirlemek karmaşıktır, çünkü kullanıcılar genellikle birbirinden çok farklı çıkarları olan heterojen bir gruptur (Baker & Haslem, 1973: 65).

Yatırımcı ilişkileri bilgilerinin temel niteliklerinden birisi, yatırımcıların finansal bilgileri ihtiyaçları ile ilgili olarak algılamasıdır. Yatırımcılar için çeşitli bilgi türlerinin üç kategoriyle ilgili olduğu iddia edilmektedir. Bunlar; finansal göstergeler, yönetim bilgileri ve gelecek planlarıdır. Bazı çalışmalar, sektördeki şirket itibarının ve konumunun bireysel yatırımcı kararları için önemli

olduğunu ortaya koymaktadır. 1973 yılında yapılan bir yatırımcı anketi, yönetimin kalitesinin, şirketin gelecekteki ekonomik görünümünün ve şirket endüstrisinin ekonomik görünümünün yatırımcılar için “çok önemli” olduğunu, satış büyümesi, kurumsal itibar ve potansiyel risk gibi diğer faktörlerin olduğunu göstermiştir. Başka bir çalışmada ise, yatırımcı ilişkileri uzmanları kurumsal sosyal sorumluluğun (KSS) giderek bireysel yatırımcıların ilgi odağına girdiğini savunmaktadır.

Bireysel yatırımcılar tarafından en çok değer verilen bilgilerin özellikleri doğruluk, güvenilirlik ve geçerliliğidir. Bilginin nesnel, zamanlı, kullanışlı ve erişilebilir olması da kilit nitelikler olarak belirlenmiştir (Penning, 2011: 617–618).

III. ÜLKELERİN GELİŞMİŞLİK DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİNE İLİŞKİN TEMEL KRİTERLER

Ülkelerin sosyal ve siyasi kurumlarının farklı oluşu hangi ülkenin gelişmiş, hangi ülkenin az gelişmiş olduğunu tam olarak ortaya koyamamaktadır. Buna rağmen bazı kalkınma kriterleri kullanılmaktadır. Bunlar; (Çelik, 2015: 292).

- Kişi başına düşen milli gelir
- Kişi başına düşen milli gelirin artış hızı
- Tasarrufların ve yatırımların milli gelire oranı
- Toplam katma değer içinde sanayi üretiminin payı
- Tarım ve şehir nüfusunun toplam nüfustaki payı
- Kişi başına verimlilik
- Dış ticaretin milli gelir içindeki payı
- Okuma yazma oranı
- Şehirleşme oranı
- Doğum ve ölüm oranları, bebek ölüm oranları
- Nüfus artış oranı
- Günlük gazete ve dergilerin tirajı
- Kişi başına düşen otomobil, televizyon, cep telefonu vb. miktarı
- Kişi başına düşen enerji tüketimi ve benzerleridir.

2019 mali yılında, düşük gelirli ekonomiler, 2017 yılında Dünya Bankası Atlas yöntemi kullanılarak hesaplanan 995 \$ veya daha düşük olan kişi başı GSMH'ya sahip ülkeler; düşük orta gelirli ekonomiler, kişi başına düşen GSMH'sı 996 ile 3.895 dolar arasında olan ülkeler; orta gelirli üst ekonomiler, kişi başına düşen GSYİH'sı 3.896 ile 12.055 dolar arasında olan ülkeler; yüksek gelirli ekonomiler ise kişi başına düşen GSMH'sı 12.056 \$ veya daha fazla olan ülkeler olarak belirlenmiştir (“Worldbank”, t.y.).

2019 mali yılına göre Dünya Bankası, gelir seviyeleri grupları sınıflandırılma listesinde bulunan yüksek gelirli (highincome) ülkeler seçilmiş, 81 adet yüksek gelirli ülke tespit edilmiştir ve İngilizce dilindeki isimlerine göre alfabetik olarak sıralanmıştır. Bu ülkeler aşağıda verilmiştir;

Tablo 1: Dünya Bankası Gelir Seviyeleri Grupları Sınıflandırmasına Göre Gelişmiş Ülkeler

Andorra	Birleşik Krallık	Estonya	Macaristan	Litvanya	Palau	Slovak Cumhuriyeti	Birleşik Arap Emirlikleri
Antigua ve Barbuda	Brunei Sultanlığı	Faroe Adaları	İzlanda	Lüksemburg	Panama	Slovenya	Birleşik Krallık
Arjantin	Kanada	Finlandiya	İrlanda	Makao SAR, Çin	Polonya	İspanya	ABD
Aruba	Cayman Adaları	Fransa	Man Adası	Malta	Portekiz	St. Kitts ve Nevis	Uruguay

Avustralya	Manş Adaları	Fransız Polinezyası	İsrail	Monako	Porto Rico	San Marino St. Martin (Fransızca bölüm)	Virgin Adaları- ABD
Avusturya	Şili	Almanya	İtalya	Hollanda	Katar	İsveç	
Bahamalar	Hırvatistan	Cebelitank	Japonya	Yeni Kaledonya	San Marino	İsviçre	
Bahreyn	Curaçao	Yunanistan	Korea Cumhuriyeti	Yeni Zelanda	Suudi Arabistan	Tayvan	
Barbados	Kıbrıs	Grönland	Kuveyt	Kuzey Marina Adaları	Seyşeller	Çin	
Belçika	Çek Cumhuriyeti	Guam	Letonya	Norveç	Singapur	Trinidad ve Tobago	
Bermuda	Danimarka	Hong Kong SAR, Çin	Lihtenştayn	Umman	SintMaarten (Hollanda Bölümü)	Türks ve Caicos Adaları	

Kaynak:(World Bank FY19 analytical classifications (July 2018)).

<https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>

IV.GELİŞMİŞ ÜLKELERİN SERMAYE PİYASASI YAPISI VE FİNANSAL RAPORLAMA FAALİYETLERİ

IV.I. Gelişmiş Ülkelerin Sermaye Piyasası Yapısı

Sermaye piyasaları; uzun vadeli borç, hisse senetleri veya menkul kıymetlerin alınıp satıldığı piyasalardır. Bu mekanizma sayesinde, finansal kuruluşlar tarafından tutulan tasarruf sahiplerinin parası, şirketler veya hükümetler tarafından uzun süreli üretken kullanıma sunulmaktadır (King, 2018: 6).

Sermaye piyasaları dört sınıftan oluşur. Bunlar;

- Birincil Piyasalar: Birincil sermaye piyasası, menkul kıymetlerin ihraç edilmeleriyle oluşturulan piyasadır. Birincil sermaye piyasasında, dolaşıma ilk defa çıkarılan hisse senetleri ve tahviller el değiştirmektedir (Korkmaz & Ceylan, 2010: 48).

- İkincil Piyasalar: İlk defa arz edilmeyen (daha önce alım satım söz konusu olmuş) menkul kıymetlerin işlem gördükleri piyasalara ikincil piyasalar denir. Sermaye piyasalarında en çok önem arz eden işlemler bu piyasalarda gerçekleşmektedir.

Gelişmiş piyasalarda ikincil piyasaların iş hacimleri birincil piyasaya oranla kat kat daha fazladır. İkincil piyasada en iyi teşkilatlanmış bölüm menkul kıymet borsalarıdır.

- Üçüncül Piyasalar: Borsaya kote edilen menkul kıymetlerin borsa haricinde alınıp satılması ile oluşan piyasaları ifade etmektedir. Üçüncül piyasalar organize olmamış piyasalar gibidir. Arabulucular bir pazar kitlesi oluşturmak için çalışmaktadırlar.

- Dördüncül Piyasalar: Aracısız bir şekilde menkul kıymetlerin alınıp satılması ile meydana gelen piyasalardır. Bu piyasalarda genelde birikim sahiplerinden toplanan fonlar piyasalarda değerlendirilmektedir ve bu işi yapan kurumsal yatırımcılar, yatırım fonları ve sigorta şirketleri mevcuttur. Dördüncül piyasalarda fiyatlar pazarlıkla belirlenmektedir (Kabapeliç, 2018: 22).

IV.II. Gelişmiş Ülkelerde Finansal Raporlama Faaliyetleri

Gelişmiş ülkelerdeki en büyük listelenen şirketlerin çoğunda, artık finansal bilgilerini yayınladıkları bir internet web sitesi bulunmaktadır (Jones & Xiao, 2004: 238). Uluslararası finansal piyasaların küreselleşmesiyle birlikte, uluslararası karşılaştırılabilirliği geliştirmek için finansal raporlama için ortak bir dil benimseme fikri yaygınlaşmıştır. Avrupa ve diğer birçok ülke

tarafından tek bir finansal raporlama dili uygulaması olarak Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) benimsenmiştir. Bu uygulama, uluslararası fonlar için rekabetin etkinliğini artıracak ve uluslararası sermaye piyasalarını daha verimli hale getirerek, şirketler için daha düşük sermaye maliyetine yol açacaktır (Jeanjean & Stollowy, 2008: 480).

UFRS, muhasebe standartlarındaki birçok uluslararası farklılığı ortadan kaldırarak ve raporlama formatlarını standartlaştırarak, şirketlerin finansal raporlarını uluslararası olarak daha karşılaştırılabilir hale getirmiştir. UFRS'nin kabulü bu nedenle finansal bilgiyle işlem yapan yatırımcıların maliyetini düşürebilir. Standart formatlı finansal veri tabanları oluşturan kurumlar için en yüksek değer kazanç olacaktır (Ball, 2006:11).

ABD, Japonya, İsviçre ve Tayvan dışındaki gelişmiş ülkelerde borsada işlem gören yerli ve yabancı şirketler, finansal raporlama dili olarak UFRS'yi kullanmaktadır. Suudi Arabistan borsasında yabancı şirketler işlem görmemektedir. Singapur ve Kanada borsalarında raporlama dili olarak UFRS'nin yanında ABD'nin genel kabul görmüş muhasebe standartlarını (US GAAP) kullanmaktadır. Birleşik Krallık, Güney Kore, İsviçre, Singapur, Suudi Arabistan (kabul sürecinde), İrlanda ve Birleşik Arap Emirlikleri ülkelerinde Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) UFRS'yi kullanabilecekleri belirtilmiş diğer gelişmiş ülkelerde ise UFRS kullanımına izin verilmemiştir. İzin verilmeyen ülkeler kendileri için belirlenen genel kabul görmüş muhasebe standartlarını kullanmaktadır (International Financial Reporting Standards, 2019).

V. METODOLOJİ

V.I. Araştırmanın Amacı ve Örneklem

Bu çalışmanın amacı, gelişmiş ülkelerdeki firmaların internet tabanlı finansal raporlama (ITFR) kullanımının belirlenen kriterlere ne kadar cevap verdiklerini araştırmaktır. Bu çalışma nitel bir araştırma olup, çalışmada kullanılan veriler çok uluslu bir medya kuruluşu olan Fortune 500 adlı web sitesinden alınmıştır. Veri alınacak Fortune 500 sitesinin seçimi rastgele yapılmıştır. Fortune 500 sitesi bütün dünya ülkelerinin firmalarını rütbe, liste sıralamasındaki değişim, gelir, kâr, kâr değişim yüzdesi, varlıklar, piyasa değeri ve çalışanlar olarak sıraya koymaktadır. Veriler seçilirken, gelirlerine göre dünyanın en büyük şirketleri ele alınmış ve bu şirketler ait oldukları ülkelerin gelişmişliklerine göre kısıtlanmıştır. Bunun sonucunda gelir seviyesine göre sıralamaya giren şirketlerden gelişmiş ülkelere ait olan 24 ülke şirketi bulunmaktadır. Çalışmada kullanılan 40 maddeden oluşan değişkenler Allam, Lymer (2003)'ın, Kurt Gümüş, Gümüş (2009)'ün, Temizel, Sarıkaya & Bayram (2010)'ın, Khan, Ismail (2011)'in, Al-Sartawi (2016)'nin, Rizqiyah, Lubis (2017)'in, Ariff, Bin-Ghanem, Hashim (2018)'in çalışmalarında kullanılan değişkenlerin birleşimidir. Bu değişkenler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Ülkelerin Web Sitelerinin Değerlemesinde Kullanılan Değişkenler

Web Sitesinde Açıklanan Öğeler	Puan
1 Şirket Bilgileri	1
2 Şirket Misyonu ve Vizyonu	1
3 Şirket Stratejisi Hakkında Bilgi	1
4 Şirketten Haberler	1
5 Şirketin Cari Yılda Aldığı Ödüller	1
6 Şirket Başkanının Mesajı	1
7 Yönetim Kurulu Üyeleri	1
8 Yönetim Kurulu Raporu	1
9 Kredi Derecelendirme Notları	1
10 Hissedar Bilgisi	1
11 Yönetim Kurulu Üyelerinin Pay Sahipliği Hakkında Bilgi	1
12 Çalışan Bilgisi	1
13 Dahili Arama Motoru	1
14 Sıkça Sorulan Sorular (SSS)	1
15 Site Haritası	1
16 Web Sayfası Dil Seçenekleri (Ülke Ana Dili Dışında) (1 Dil / 2 Dil)	1 ile 2
17 Finansal Raporlar Dil Seçeneği (Ülke Ana Dili Dışında) (1 Dil / 2 Dil)	1 ile 2
18 Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) Raporu	1
19 Doğrudan e-posta İletişimi (Geri Bildirim)	1
20 En Son Haberler/Yayınlar, vb. için e-posta Kaydı Seçeneği	1
21 Hisse Senedi Fiyatları (Son Fiyat)	1

22	Hisse Senedi Fiyatı Güncelleme Süresi Bilgisi	1
23	Yatırımcı İlişkileri Sayfası (Web sayfası Dahilinde/Haricinde)	1 ile 2
24	Cari Yıl Bilançosu	1
25	Cari Yıl Gelir Tablosu	1
26	Cari Yıl Özkaynak Değişim Tablosu	1
27	Cari Yıl Nakit Akım Tablosu	1
28	Cari Yıl Mali Tablo Dipnotları	1
29	Kar Payı Dağıtım Raporu	1
30	Son Beş Yıl Temettü Tutarı	1
31	En Son Ara Finansal Rapor	1
32	Finansal Oranlar	1
33	Geçmiş Yıl Mali Tabloları	1
34	Cari Yıl Denetçi Bilgileri	1
35	Cari Yıl Denetçi Raporu	1
36	Finansal Verilerin Özeti (En Az Son 5 Yıl)	1
37	Konsolide Faaliyet Tablosu	1
38	Kar Dağıtım Politikası	1
39	Rapor İndirme Yeteneği PDF/HTML/XLS	1 ile 3
40	Finansal Bilgi Bulmak İçin Kısa Yol	1
	Toplam Puan	45

Araştırmada Fortune 500'deki gelir seviyelerine göre gelişmiş ülkelerden seçilen firmalar şunlardır:

Tablo 3: Fortune 500 Sıralamasına Göre Gelişmiş Ülkeler ve En İyi Firmaları

No	Fortune Sırası	Ülkeler	Şirket İsimleri	Gelirler (\$M)
1	1	Amerika Birleşik Devletleri	Walmart	500.343
2	5	Hollanda	RoyalDutch Shell	311.870
3	6	Japonya	Toyota Motor	265.172
4	7	Almanya	Volkswagen	260.028
5	8	Birleşik Krallık	BP	244.582
6	12	Güney Kore	SamsungElectronics	211.940
7	14	İsviçre	Glencore	205.476
8	24	Tayvan	HonHai Precision Industry	154.699
9	27	Fransa	AXA	149.461
10	32	Singapur	TrafıguraGroup	136.421
11	59	İtalya	Assicurazioni Generali	100.552
12	77	İspanya	BancoSantander	87.401
13	127	Lüksemburg	ArcelorMittal	68.679
14	150	Norveç	Equinor	61.187
15	170	Belçika	Anheuser-BuschInBev	56.444
16	195	Avustralya	Wesfarmers	51.600
17	241	Kanada	Manulife Financial	44.941
18	281	Suudi Arabistan	SABIC	39.939
19	286	İsveç	Volvo	39.172
20	305	Danimarka	MaerskGroup	37.500
21	316	İrlanda	Accenture	36.766
22	457	Finlandiya	Nokia	26.092
23	469	Polonya	PKN ORLEN Group	24.256
24	474	Birleşik Arap Emirlikleri	EmiratesGroup	24.837

V.II. Verilerin Analizi

Çalışmada, her firma için bir endeks oluşturulmuştur. Endeksler oluşturulurken, firmaların web sayfalarında, web sayfalarının değerlendirilmesinde kullanılan değişkenlerin varlığına göre 1, 2, 3 değerleri verilmiş ve değişkenlerin var olmaması durumunda ise 0 değeri verilmiştir. Bu değişkenler firmaların web sitesinde varlığı kontrol edilerek değerlendirme yapılmış ve bu değerlemeler her firma için ayrı ayrı yapılmıştır. Değerlendirme sonucunda firmaların oluşan toplam puanları, alabilecekleri maksimum puan olan 45 puanla oranlanmıştır.

Bu araştırma, ağırlıksız endeksi, her endeks kategorisinin eşit derecede önemli olduğu varsayımıyla kullanmıştır. Ağırlıksız endeksin kullanımı uygun görülmüştür, çünkü bu araştırma belirli bir tüketici grubunun önemine odaklanmamıştır. Kullanılan hesaplama yöntemi Khan ve Ismail (2011) tarafından kullanılan ağırlıksız endeksi ile aynı olan bir hesaplama yöntemidir. Aşağıda ITFR endeksinin hesaplanmasında kullanılan formül verilmiştir.

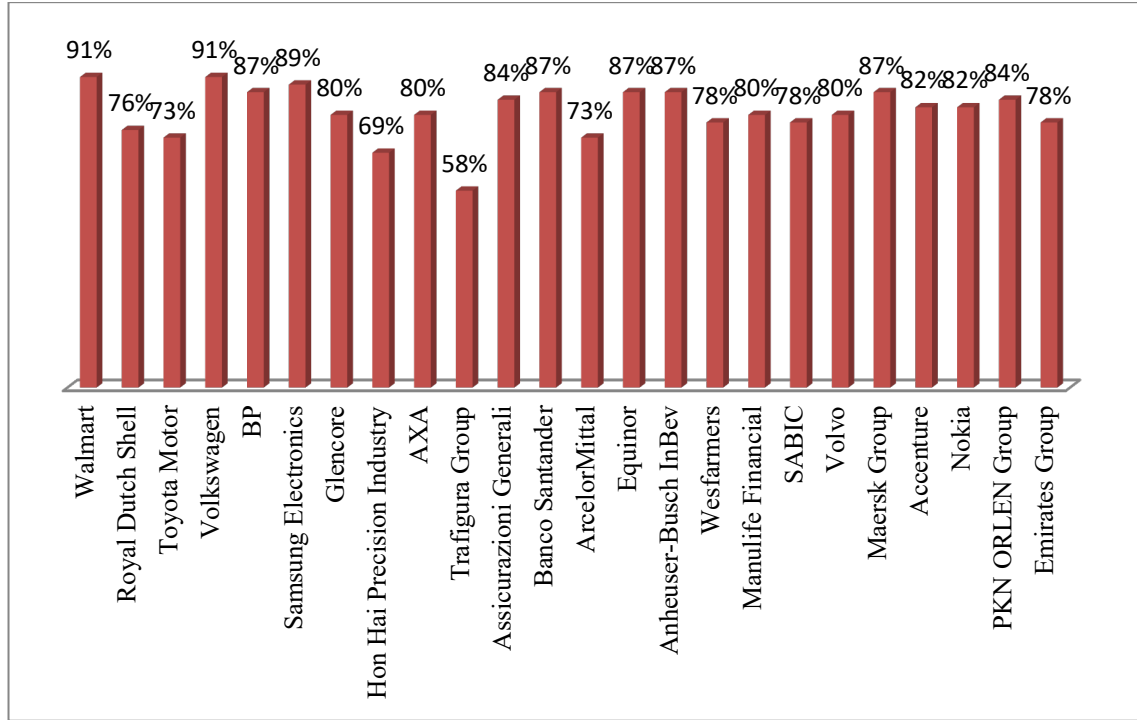
ITFR endeksi bir firmanın elde ettiği gerçek puan toplamının, maksimum puana bölünmesiyle bulunan endekstir.

$$\text{ITFR Endeksi} = \frac{\sum \text{Şirketin Elde Ettiği Gerçek Puan}}{\sum \text{Maksimum Puan}}$$

Hesaplanan tüm endeks değerlerinin yüksek olması hem işletme için hem de ülke için olumludur ve istenen bir sonuçtur.

Yapılan gözlemlere dayanarak 14 şirketin tüm araştırma değişkenleri için ITFR puan hesaplamasının sonuçları, grafik 1'de ve tablo 4'te daha ayrıntılı olarak sunulmuştur. Bu verilerden, her şirket tarafından elde edilen puanların neredeyse eşdeğer değerlere sahip olduğu bilinmektedir.

Yapılan çalışma sonucunda, 24 şirketin elde edilen ITFR endeksleri aşağıda Grafik 1 ve Tablo 4'de gösterilmiştir.



Grafik 1: Şirketlerin ITFR puan dağılımı

Grafik 1'de ITFR puanının hesaplanmasında toplamda 41 puan alarak % 91 oranla Walmart ve Volkswagen şirketleri birinci sırada olduğu görülmektedir. Son sırada ise 26 puan alarak % 58 oranla Trafigura Group yer almıştır.

Tablo 4: Şirketlerin ITFR Puanları ve Oranları

No	Şirket İsimleri	Puan	Toplam ITFR % Oran
	Toplam	45	100%
1	Walmart	41	91%
2	RoyalDutch Shell	34	76%
3	Toyota Motor	33	73%
4	Volkswagen	41	91%
5	BP	39	87%
6	SamsungElectronics	40	89%
7	Glencore	36	80%
8	HonHai Precision Industry	31	69%
9	AXA	36	80%
10	TrafiguraGroup	26	58%
11	Assicurazioni Generali	38	84%
12	BancoSantander	39	87%
13	ArcelorMittal	33	73%

14	Equinor	39	87%
15	Anheuser-BuschInBev	39	87%
16	Wesfarmers	35	78%
17	Manulife Financial	36	80%
18	SABIC	35	78%
19	Volvo	36	80%
20	MaerskGroup	39	87%
21	Accenture	37	82%
22	Nokia	37	82%
23	PKN ORLEN Group	38	84%
24	EmiratesGroup	35	78%
Ortalama		36,38	81%

Yukarıda yer alan Tablo 4'e göre şirketlerin aldıkları ITFR puan aralığı %58 ile % 91 arasındadır. Şirketlerin ortalama ITFR puanı ise 36,38 ve %81 orana sahip olduğu görülmektedir. Genel anlamda şirketlerin değerlendirmelerine bakıldığında görülüyor ki birçok firma muhasebenin gerektirdiği, yatırımcılara yol gösterecek olan bilgilerin birçoğunu paylaşmaktadır. Araştırmada elde edilen veriler ışığında tespit edilen muhasebenin gerektirdiği bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 5: Yatırımcılara Yol Gösterecek En Çok Paylaşılan Muhasebe Bilgileri

En Çok Paylaşılan Muhasebe Bilgileri
Hisse Senedi Fiyatları (Son Fiyat)
Cari Yıl Bilançosu
Cari Yıl Gelir Tablosu
Cari Yıl Özkaynak Değişim Tablosu
Cari Yıl Nakit Akım Tablosu
Cari Yıl Mali Tablo Dipnotları
Kar Payı Dağıtım Raporu
Son Beş Yıl temettü Tutarı
En Son Ara Finansal Rapor
Geçmiş Yıl Mali Tabloları
Cari Yıl Denetçi Bilgileri
Cari Yıl Denetçi Raporu
Konsolide Faaliyet Tablosu
Kar Dağıtım Politikası

Tablo 6: Şirketlerin ITFR puanlarına göre sıralaması

No	Sıra	Şirket İsimleri	ITFR Puanı	ITFR Oranı
	1	Walmart	41	91%
		Volkswagen	41	91%
	2	SamsungElectronics	40	89%
	3	BP	39	87%
		BancoSantander	39	87%
		Equinor	39	87%
		Anheuser-BuschInBev	39	87%
		MaerskGroup	39	87%
	4	Assicurazioni Generali	38	84%
		PKN ORLEN Group	38	84%
	5	Accenture	37	82%
		Nokia	37	82%
	6	Glencore	36	80%
		AXA	36	80%
		Manulife Financial	36	80%
		Volvo	36	80%
	7	Wesfarmers	35	78%
		SABIC	35	78%
		EmiratesGroup	35	78%
	8	RoyalDutch Shell	34	76%
	9	Toyota Motor	33	73%
		ArcelorMittal	33	73%
	10	HonHai Precision Industry	31	69%
	11	TrafiguraGroup	26	58%

Tablo 6’da ise aldıkları ITFR puanlarına göre gelişmiş ülkelerin şirketlerinin büyükten küçüğe sıralanışı yer almaktadır. Şu anda en yüksek puana sahip olan şirketler perakendecilik sektöründe çalışan Walmart ve otomobil sektöründe çalışan Volkswagen, en düşük puana sahip ise bir lojistik şirketi olan TrafiguraGroup’tur. Bu şirketleri diğer şirketlerden ayıran özellikleri ise web sitelerinde diğer şirketlere oranla daha fazla bilgiye yer vermiş olmasıdır.

Yatırımcılar bir şirketten kolaylıkla ne kadar fazla bilgi sağlarsa güven bağı o kadar çabuk oluşur. Tablo 6’da görülen ilk 5 sıralamada bulunan 12 adet şirket, ITFR puan ortalamasının üzerinde bilgi sunumunda bulunmuşlardır. Geriye kalan 12 şirket ise ortalamanın altında bir bilgi sunumunda bulunmuştur.

SONUÇ

İnternet Tabanlı Finansal Raporlama (ITFR) yoluyla bilginin yayılmasının sermaye piyasasını güçlendirmekte etkili olduğu bilinen bir gerçektir. ITFR’nin şirketlerin web sitelerinde yayınlanması ve bunların uluslararası finansal raporlama standartlarını (UFRS) uygulaması, yatırımcılar tarafından şirketlerin karşılaştırılmasını kolaylaştırmaktadır. Yatırımcılar bu karşılaştırmalar sayesinde daha kolay karar alabilmekte ve yatırımı gerçekleştirebilmektedir.

İnternet tabanlı finansal raporlama, firmaların ve yatırımcıların yararına olan bir faaliyettir. Çalışmada gelişmiş ülkelerde finansal raporlama durumları araştırılmış ve ortalama bakıldığında ITFR konusuna firmaların gereken önemi verdiği görülmüştür. Gelişmekte olan ülkelerin de ITFR’ye aynı hassasiyeti göstermeleri durumunda, ülkelere daha çok yatırımcı çekmeleri mümkün olabilecektir. Bu durum rekabetin etkinliğini artırarak, gelişmekte olan ülkelerin sermaye piyasalarını daha verimli hale getirecektir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, kullanılan 24 şirketin %81 ITFR oran ortalamasıyla, %50’si ortalama üstünde değere sahiptir. Geriye kalan %50 oranında şirketler ise ortalama yakın değerler elde etmiştir. En düşük puanı alan TrafiguraGroup% 58 ITFR oranıyla 26 puan alarak aranan 40 kriterin ortalamasını geçmiştir. Birinci olan Walmart şirketi bu 24 şirket arasında raporlarını pdf, html ve xls olarak sunan 2 şirketten biridir, diğeri ise 3. sıradaki SamsungElectronics şirkettir. Şirketlerin tümünde bulunan 11 adet değişken vardır. Bunlar; şirket başkanının mesajı, yönetim kurul üyeleri, hissedar bilgisi, kurumsal sosyal sorumluluk, cari yıl bilanço, gelir tablosu, özkaynak değişim tablosu, nakit akım tablosu, geçmiş yıl mali tabloları, konsolide faaliyet tablosu ve finansal bilgi bulmak için kısa yol bulmadır. Araştırmada şirketlerin verileri değerlendirildiğinde şirketlerin web sitelerinde en az bulunan değişken ise “yönetim kurulu üyelerinin pay sahipliği hakkında bilgi” değişkenidir ve sadece Volkswagen, Equinor, Anheuser-BuschInBev, MaerskGroup, Accenture ve Nokia şirketleri olmak üzere 6 adet şirkette değişkene ulaşılabilmektedir.

Yatırımcıların yatırım yapmak için firma seçimlerinde bu değişkenlerden faydalandıkları bilinmektedir. Firmanın verdiği bilgiler ne kadar fazla olursa yatırımcıları firmaya çekme olasılığı da artacaktır.

Etik Beyanı : Makalenin tüm süreçlerinde ÖHÜİBF Dergisinin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir. İlgili çalışmada kullanılan veriler 2019 yılında toplanmış ve analiz edilmiştir. Veriler 2020 yılı öncesi toplandığından etik kurul kararı gerekmemektedir.

Yazar Katkıları : Fehmi KARASİOĞLU, çalışmada Giriş, Literatür, Finansal bilginin kamuyu aydınlatma özelliği, Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesine ilişkin temel kriterler, Gelişmiş ülkelerin sermaye piyasası yapısı ve finansal raporlama faaliyetleri, Metodoloji ve Sonuç bölümlerinde ve (veri toplama, analiz vs. gibi) aşamalarında katkı sağlamıştır. Ümmü ALTIN, çalışmada Giriş, Literatür, Finansal bilginin kamuyu aydınlatma özelliği, Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesine ilişkin temel kriterler, Gelişmiş ülkelerin sermaye piyasası yapısı ve finansal raporlama faaliyetleri, Metodoloji ve Sonuç bölümlerinde ve (veri toplama, analiz vs. gibi) aşamalarında katkı sağlamıştır. 1. yazarın katkı oranı: %50, 2. yazarın katkı oranı: %50.

Çıkar Beyanı : Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Ethics Statement : In all processes of the article, the principles of ÖHÜİBF Journal's research and publication ethics were taken into consideration. The data used in the relevant study were collected in 2019 and the data were analyzed. Since the data are collected before 2020, an ethical committee decision is not required.

Author Contributions : Fehmi KARASİOĞLU contributed in the introduction, literature, public disclosure feature of financial information, basic criteria for determining the development levels of countries, capital markets structure and financial reporting activities of developed countries, methodology and conclusion sections and (data collection, analysis etc.) stages. Ümmü ALTIN contributed in the introduction, literature, public disclosure feature of financial information, basic criteria for determining the development levels of countries, capital markets structure and financial reporting activities of developed countries, methodology and conclusion sections and (such as data collection, analysis etc.) stages. Contribution rate of the 1st author: 50%, Contribution rate of the 2nd author: 50%.

Conflict of Interest : There is no conflict of interest among the authors.

KAYNAKÇA

- Alhtaybat, K., Alberti-Alhtaybat, L., & Hutaibat, K.A. (2011). Users' perceptions on internet financial reporting practices in emerging markets: Evidence from Jordan. *International Journal of Business and Management*, 9(6), 170–182. <http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v6n9p170>
- Allam, A., & Lymer, A. (2003). Developments in internet financial reporting: Review and analysis across five developed countries. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 3(6), 165–199. http://dx.doi.org/10.4192/1577-8517-v3_6
- Al-Sartawi, A.M.A.M. (2016). Measuring the level of online financial disclosure in the gulf cooperation council countries. *Corporate Ownership & Control*, 14(1), 547–558. <http://dx.doi.org/10.22495/cocv14i1c4art1>
- Alvarez, I.G., Sa'nchez, I.M.G., & Domínguez, L.R. (2008). Voluntary and compulsory information disclosed online, the effect of industry concentration and other explanatory factors. *Emerald Online Information Review*, 32(5), 596–622. <http://dx.doi.org/10.1108/14684520810913990>
- Ariff, A.M., Bin-Ghanem, H.O., & Hashim, H.A. (2018). Corporate ownership, internet penetration and internet financial reporting: Evidence from the Gulf Cooperation Council Countries. *Asian Journal of Business and Accounting*, 11(1), 185–227. <http://dx.doi.org/10.22452/ajba.vol11no1.7>
- Baker, H.K., & Haslem, J.A. (1973, November). Information needs of individual investors. *The Journal of Accountancy*, 64–69. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/256045697_Information_Needs_of_Individual_Investors
- Ball, R. (2006). International financial reporting standards (IFRS): pros and cons for investors. *Accounting and Business Research*, 36(1), 5–27. <http://dx.doi.org/10.1080/00014788.2006.9730040>
- Çelik, K. (2015). *Genel ekonomi*. Trabzon: Celepler Matbaacılık Basın Yayın Dağıtım.

- Duman, H. (2010). *Kamunun aydınlatılması ilkesi kapsamında kazanç yönetimi uygulamalarının finansal raporlama kalitesi ve şirket performansı üzerine etkisi: İmkb' de bir uygulama* (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Hodge, F., & Pronk, M. (2003). The impact of expertise and investment familiarity on investors' use of online financial report information. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 21(3), 267–292. <http://dx.doi.org/10.1177%2F0148558X0602100304>
- Homayoun, S., Rahman, R.A., & Bashiri, N. (2011). Internet corporate reporting among public listed companies in Malaysia: An exploratory study. *African Journal of Business Management*, 5(30), 11863–11873. <http://dx.doi.org/10.5897/AJBM10.1406>
- Ilias, A., Abd Razak, M.Z., & Abd Razak, S.F.F. (2014). The intention to re-use the internet financial reporting (IFR) in Malaysia. *Review of Integrative Business Economics Research*, 3(1), 337–370. Retrieved from http://sibresearch.org/uploads/2/7/9/9/2799227/riber_k14-175_337-370.pdf
- International Financial Reporting Standards. (2019, March 4). *Who uses IFRS Standards*. Retrieved from <https://www.ifrs.org/use-around-the-world/use-of-ifrs-standards-by-jurisdiction/>
- Jannah, R. (2015). Uji faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan pengungkapan melalui praktik pelaporan keuangan berbasis internet (internet financial reporting) (Studi empiris pada 100 perusahaan terkemuka di Indonesia). *Jom Fekon*, 2(2), 1–15. Retrieved from <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/9439>
- Jeanjean, T., & Stolowy, H. (2008). Do accounting standards matter? An exploratory analysis of earnings management before and after IFRS adoption. *J. Account. Public Policy*, 27, 480–494. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2008.09.008>
- Jones, M.C., & Xiao, J.Z. (2004). Financial reporting on the Internet by 2010: a consensus view. *Accounting Forum*, 28, 237–263. <http://dx.doi.org/10.1016/j.accfor.2004.07.002>
- Kabapelit, E. (2018). *Bireysel yatırımcıların tasarruflarını yönlendirdiği sermaye piyasası araçlarını belirleyen faktörlerin analizi ve davranışsal finans yaklaşımı açısından değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Keskin, M. (2018). *Halka açık anonim ortaklıkların kamuyu aydınlatma yükümlülüğü*. (Yüksek Lisans Tezi). Koç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Khan, M. N. A. A. (2014). Internet financial reporting in Malaysia: Preparers' and users' perceptions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 17, 778–785. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.432>
- Khan, M. N. A. A., & İsmail, N.A. (2011). The level of internet financial reporting of Malaysian companies. *Asian Journal of Accounting and Governance*, 2, 27–39. <http://dx.doi.org/10.17576/ajag-2011-2-6539>
- Khoufi, W., & Khriech, D. (2018). Country-specific characteristics influencing websites based information disclosure practices. *Accounting and Management Information Systems*, 17(3), 374–405. Retrieved from <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=699949>
- King, M. (2018). Due diligence in capital markets. *Journal of Capital Markets Studies*, 2(1), 6–8. <http://dx.doi.org/10.1108/JCMS-07-2018-014>
- Korkmaz, T., & Ceylan, A. (2010). *Sermaye piyasası ve menkul değer analizi* (5bs). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Kurt Gümüş, G., & Gümüş, Y. (2011). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören firmaların internet aracılığıyla yapmış oldukları bilgilendirme üzerine bir inceleme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 271–286. Erişim adresi: <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423880305.pdf>
- Levent, C.E. (2018). *Kurumsal yönetim perspektifinde şeffaflığın şirket kârlılık ve piyasa değerine etkisi* (Doktora Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Lymer, A., Debrecey, R., Gray, G.L., & Rahman, A. (1999). Business reporting on the internet. *A report prepared for the international accounting standards committee*, 1–113. Retrieved from <https://www.icjce.es/images/pdfs/TECNICA/C02%20-%20IASB/C208%20-%20IASB%20-%20Estudios%20y%20varios/BusinessReportingInternet-IASC.pdf>
- Maryati, E.R. (2014). The effect of internet financial reporting (IFR) on firm value, stock price, and stock return in the manufacturing companies listed in Indonesia stock exchange. *The Indonesian Accounting Review*, 4(1), 71–80. <http://dx.doi.org/10.14414/tiar.v4i01.286>
- Mooduto, W.I.S. (2013). Reaksi investor atas pengungkapan internet financial reporting. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), 479–492. <http://dx.doi.org/10.22219/jrak.v3i2.2114>

- Ojah, K., & Mokoaleli-Mokoteli, T. (2012). Internet financial reporting, infrastructures and corporate governance: An international analysis. *Review of Development Finance*, 2(2), 69–83. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rdf.2012.04.001>
- Otyakmaz, M. (2017). *Finansal tablo açıklamalarının hisse senedi değerine etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Penning, T. (2011). The value of public relations investors relations: Individual investors' preferred information types, qualities, and sources. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(3), 615–631. <http://dx.doi.org/10.1177/107769901108800309>
- Rizqiyah, R.N., & Lubis, A.T. (2017). Penerapan internet financial reporting (IFR) Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 5(1), 63–82. <http://dx.doi.org/10.35836/jakis.v5i1.14>
- Temizel, F., Sarıkaya, M., & Bayram, F. (2010). Yatırımcı ilişkileri yönetiminde iletişim ve bilgi teknolojilerinin rolü: İMKB 50 endeksi uygulaması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(2), 1–20. Erişim adresi: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/30292>
- Uyar, S., & Çelik, M. (2006). Sürekli kamuyu aydınlatma ve internet ortamında finansal raporlama sürecinde kullanılan diller. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 6(2), 93–103. Erişim adresi: <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423877126.pdf>
- Uzunoğlu, H. (2018). *Finansal bilgi manipülasyonu: Bist Sınai Endeksi (Xusın) uygulaması* (Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Worldbank. (2019, January, 24). *World Bank country and lending groups*. Retrieved from <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>