



İklim değişikliğini yavaşlatmak finansal performansınızı nasıl artırabilir?

EY 2023 Sürdürülebilir Değer alışması

Türkiye



The better the question.
The better the answer.
The better the world works.



EY

Building a better
working world

İçindekiler

Araştırma hakkında	3
Türkiye CCaSS liderinden	4
Araştırma bulguları (Dünya ve Türkiye karşılaştırması)	5
Şirketler iklim değişikliği konusunda harekete geçiyor, ancak yeterince hızlı değiller	6
Şirketlerin emisyonlarını azaltma çabaları yavaş ve yetersiz	7
Değer odaklı sürdürülebilirlik yaklaşımı, mali sonuçlar üzerinde daha büyük bir etkiye sahiptir	10
Şirketlerin iklim değişikliği konusunda attıkları adımlar gelirlerinde pozitif etki sağlıyor	13
Şirketler iklim yolculuklarında nasıl ilerleyebilir?	17
Ek bilgiler	23

Araştırma hakkında

EY 2023 Sürdürülebilir Değer Çalışmasının amacı, şirketlerin iklim değişikliğini ele almak için hangi aksiyonları aldıkları, bu aksiyonlardan beledikleri ve elde ettikleri değeri ve daha fazlasını yapmanın önündeki engelleri tanımlamaktır.

Bu çalışma, Türkiye'de kamu ve özel sektörde sürdürülebilirlikten sorumlu veya eşdeğer sorumluluklara sahip 105 üst düzey yöneticinin görüşlerine dayanarak hazırlanmıştır.

Katılımcıların tamamı;

- Sürdürülebilirlik stratejisinden sorumlu yöneticilerden ya da
- Kurumun iklim değişikliği odaklı gündemine veya önemli girişimlerine liderlik eden/bunları denetleyen yöneticilerden oluşmaktadır.

- Bu çalışma iklim değişikliğini ele alma konusunda temel bir olgunluk seviyesine ulaşmış ve sınırlı sayıda şirketlerden elde edilen verilere dayanarak hazırlanmıştır. Çalışmada yer alan sonuçlar sadece bu verilerin analizini içermektedir.



“

Hızla büyümeye ve tüketmeye devam ederken dünya olarak ortaya çıkan birçok krizle mücadele etmek zorundayız. Bazı krizleri durdurmak alınacak önlemlerle mümkünken, maalesef iklim krizini ancak yavaşlatmak mümkün.

Hükümetler seviyesinde açıklanan stratejiler ve atılan adımlar, kurumları dönüştürmekte önemli bir itici güç olarak görülüyor. Ancak yapılan analizler bu hedeflerin iklim değişikliğinin yıkıcı etkilerini önlemek için yetersiz olduğunu gösteriyor. Bu yıkıcı etkiler kırılgan grupların yaşam refahına ve hatta yaşama hakkına karşı tehdit oluştururken bunun dışında birçok sektörün de sürdürülebilirliğini riske atıyor. Bu noktada kurumlara düşen sorumluluk çok büyük. Risklerini ve fırsatlarını doğru belirlemek ve buna göre ileriye dönük stratejiler kurgulamak için başlangıç noktası olmalı. Maalesef insanlığın dünya üzerinde yarattığı bu etki, bizi dönüşü çok zor olan bir yola getirdi ve şirketlerin bunu görmezden gelmesi imkânsız. Geç kalmadan dönüşüm adımları atılmazsa dönüşememenin bedeli çok daha ağır olacak. Vakitlice bu dönüşümü sağlayıp adapte olmayı başaranlar ise artan finansal performansları ile krizi fırsata dönüştürmüş olacak. O halde soru şu; “Harekete geçmek için neyi bekliyoruz?”

Ece Sevin
EY Türkiye

İklim Değişikliği ve Sürdürülebilirlik Hizmetleri Lideri



Araştırma bulguları (Dünya ve Türkiye karşılaştırması):

1

Türkiye'deki şirketlerin emisyon azaltım taahhüdü verme oranı küresel rakiplerine göre daha yüksek durumda, ancak bu hedeflerin sayısal değeri küresel şirketlere göre daha düşük kalmaktadır.

2

Türkiye'deki şirketler iklim değişikliğiyle ilgili riskler konusunda küresel şirketlere kıyasla daha az endişe duymasına rağmen, iklim değişikliğiyle ilgili çalışmalarında çevresel değerleri diğer tüm değerlerden daha fazla önceliklendiriyor.

3

Veriye dayalı bir yaklaşımın olmayışı ve iklim değişikliği girişimlerinin yaratacağı değer ölçülmesinde yaşanan zorluklar, Türkiye'deki şirketlerin karar verme kapasitesini etkiliyor.

4

Türkiye'deki şirketler, küresel olarak geliştirilecek ortaklıkların fayda yaratacağının farkında olmalarına rağmen, iklim değişikliğiyle mücadele için stratejik ortaklıklar kurmamıştır.

5

Türkiye'deki şirketler iklim değişikliği gündemini uygulamakta zorlanıyor ve iklim değişikliği hedefleri ve şirketlerin ve hükümetlerin ilgili girişimlerdeki rolü konusunda daha az iyimser.

Şirketler iklim değişikliği konusunda harekete geçiyor, ancak yeterince hızlı değiller.

Hızlı harekete geçen daha çok değer kazanıyor.

01

Şirketlerin emisyonlarını azaltma çabaları yavaş ve yetersiz.

- ▶ Araştırmaya katılan şirketlerin %90'ının kamuya açık iklim değişikliği ile ilgili taahhüdü bulunuyor.
- ▶ Ankete katılan şirketlerin emisyon azaltım taahhütleri ortalama %34'lük bir emisyon azaltımını işaret ediyor.
- ▶ Dünyanın; 1.5 derece sıcaklık artışını aşmaması için 2030 yılına kadar %45'lik azaltıma ihtiyacı var.
- ▶ Taahhütlerin çoğu yetersiz kalıyor. Şirketlerin sadece %27'si emisyonlarını %45 veya daha fazla azaltmayı planlıyor ve sadece %55'inin 2030 yılına kadar bir emisyon azaltma taahhüdü var.

02

Değer odaklı sürdürülebilirlik yaklaşımı, mali sonuçlar üzerinde daha büyük bir etkiye sahip.

- ▶ Şirketlerin iklim yatırımları **finansal değere** dönüşüyor.
- ▶ Her **10 şirketten 5'i** beklenenden daha yüksek finansal değer elde ediyor.
- ▶ Anket sonuçlarına göre çevresel hedeflere ve iş hedeflerine ulaşmak arasında **tek bir tercih yapılmaya çalışılması** yanlış bir yaklaşımdır.
- ▶ Anket sonuçlarında finansal, çalışan ve müşteri faydalarını içeren **bütünsel bir sürdürülebilirlik** yaklaşımının gezegene daha fazla değer sunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

03

Şirketler kendilerini geliştirdikleri oranda getirileri de artıyor.

- ▶ Çoğu şirket taahhütlerini aksiyona dönüştürmenin **ilk aşamalarında**. En fazla ilerleme ise ölçüm ve yönetim konularında kaydediliyor.
- ▶ Aksiyona öncülük eden şirketler **daha geniş bir yaklaşım** benimsiyor.
- ▶ Bu şirketler beklenenden daha yüksek finansal değer yaratma potansiyeline sahip.
- ▶ Ayrıca, bu şirketlerin bugüne kadar emisyonlarında daha fazla azalma gerçekleşmiştir.

04

Şirketler iklim yolculuklarında nasıl ilerleyebilir?

- ▶ Daha az aksiyonda bulunan kuruluşlar iklim değişikliğiyle mücadele uygulamalarını **yürütme** konusunda daha fazla zorlanıyor.
- ▶ Aksiyona öncülük eden kuruluşların **koordinasyonu ve kurum içi iş birliğini** geliştirmeleri gerekiyor.
- ▶ İklim değişikliği konusunda ilerleme sağlayacak önemli fırsatlar arasında; daha fazla **ortaklık kurmak ve yeteneklere yatırım yapmak** yer alıyor.



Şirketlerin emisyonlarını
azaltma çabaları yavaş ve
yetersiz

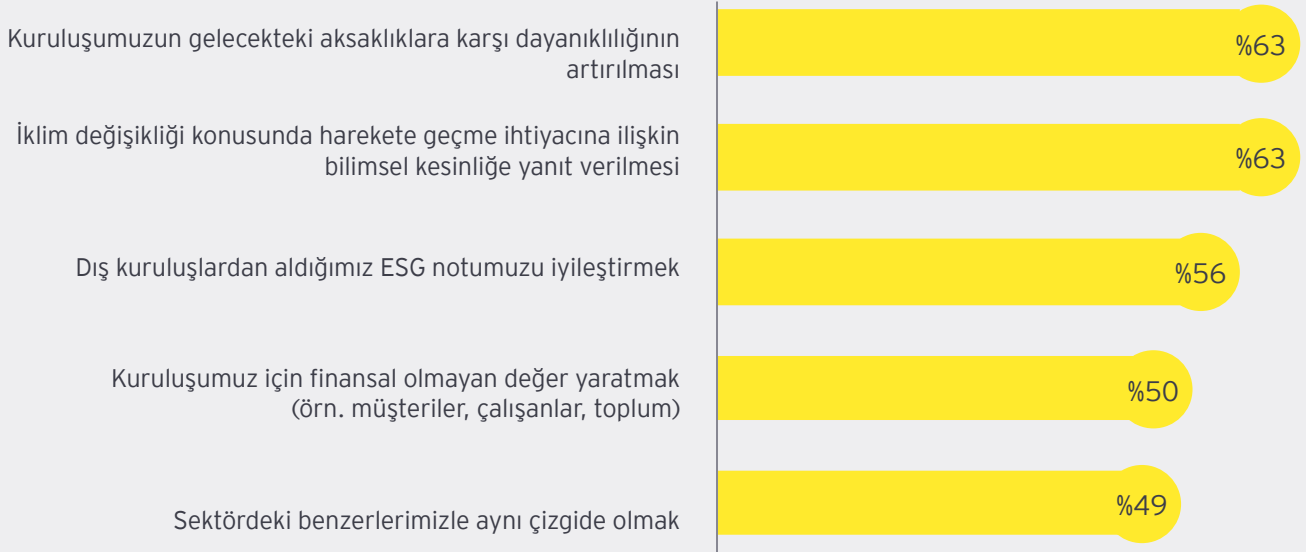


Şirketler dayanıklılık, derecelendirme ve paydaş talepleri doğrultusunda iklim değişikliğine yatırım yapıyor

Her **10 kuruluştan 6'sı** iklim değişikliğini ele almak için önümüzdeki yıl bu yıla kıyasla daha fazla para harcamayı planlıyor.

Değer yaratma önemli bir husus ve kuruluşların neredeyse tamamı (%99) bir girişimi değerlendirirken birden fazla değer türünü göz önünde bulunduruyor.

Kuruluşların iklim değişikliği girişimlerine yatırım yapmak için en önemli motivasyonları



Şirketlerin hedefleri ve zaman planı 1,5°C'ye giden yolu hızlandırmak için yetersizdir

EY araştırmasına katılan her **10 kişiden 9'u**, Fortune Global 500 şirketlerinden daha yüksek bir oranla¹, kamuya açık **iklim değişikliği taahhüdünde** bulunmuştur.



¹ Climate Impact Partners, "Şimdi değilse ne zaman?"
https://info.climateimpact.com/hubfs/IfNotNowWhen_FortuneGlobal500_ClimateImpactPartners_2022.pdf

Ancak iyileştirme yapılacak alanlar mevcut:

- ▶ Şirketlerin sadece %19'u karbon negatif ve %12'si net sıfır karbon taahhüdünde bulunmuştur.
- ▶ Çoğu şirket (Paris Anlaşması'nda belirtildiği üzere) 1,5°C'yi yakalamak için 2030 yılına kadar %45'lik bir azaltım hedefinin gerisinde kalmaktadır.
- ▶ Şirketlerin %55'inin 2030 yılına kadar azaltım taahhüdü var
- ▶ Sadece %27'si emisyonları %45 veya daha fazla azaltmayı planlamaktadır.



Değer odaklı sürdürülebilirlik yaklaşımı, finansal sonuçlar üzerinde daha büyük bir etkiye sahip

Sürdürülebilirlik girişimleri beklenenden çok daha fazla değer yaratıyor

Şirketlerin iklim değişikliği yatırımları birçok boyutta beklenenden **daha fazla** değer sağlıyor. Bu durum, iklim değişikliği girişimlerinin finansal performansı olumsuz etkileyeceği (%36) veya yakın vadede pazarda rekabet etme kabiliyetlerini azaltacağı (%20) endişelerine rağmen gerçekleşmektedir.

Katılımcıların yüzde %40'ı iklim değişikliği girişimlerinin kuruluşlarının **finansalları üzerinde olumlu bir etki** yaratacağını belirtiyor, olumsuz bir etki yaratacağını düşünenlerin oranı ise %15 olarak ölçülüyor.

Yakalanan değer organizasyonu



Not: Cevap seçeneklerine "Neredeyse aynı" ve "Söylemek için çok erken" dahildir.

Temel bulgular

Elde edilen değer, iklim aksiyonu yolculuğunun başında olan şirketleri yatırımlarını artırmaları için **motive etmelidir.**

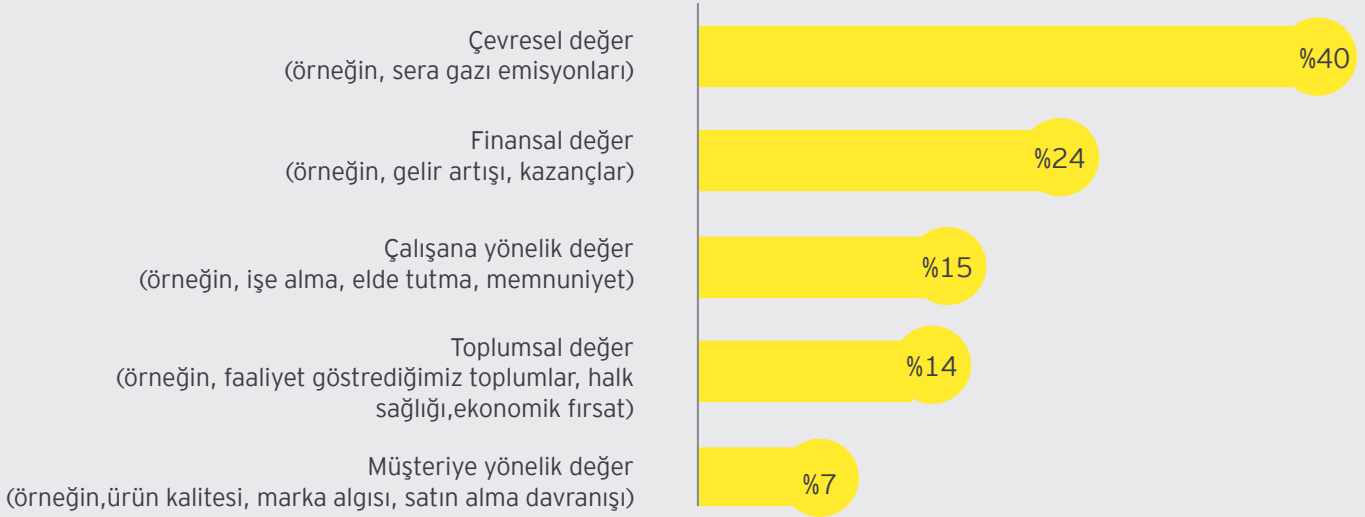
Finansal ve çevresel değerler birbirini destekler

Şirketlerin bir girişimi değerlendirirken **finansal değere öncelik verme** olasılığı çevresel değere göre 0.6 kat daha fazladır.

İklim girişimlerinin **birden fazla değer türü** üzerindeki etkisini göz önünde bulundurmak işletmelere, topluma ve çevreye fayda sağlayabilir.

Uzun vadeli sürdürülebilirlik planlaması, şirketlerin **yollarına devam etmelerini** veya değer yaratmak için **yeni fırsatlar** bulmalarını kolaylaştırabilir.

İklim değişikliği girişimi değerlendirilirken dikkate alınan #1 numaralı değer



Temel bulgular

Finansal ve diğer değer biçimleri arasındaki bağlantı konusunda bilinçli olmak şirketlerin **bütüncül ve iddialı iklim stratejileri** oluşturmalarını kolaylaştırabilir.

Şirketler iklim yolculuklarında
ne kadar ileri giderse
getirileri de o kadar iyi oluyor



Birçok şirket taahhütlerini hayata geçirmenin ilk aşamasında

Şirketler ortalama olarak anket kapsamında sunulan **32 aksiyondan 4'ünü tamamlamıştır**.

En sık tamamlanan aksiyonlar daha az finansal harcama gerektiren **yönetişim ya da ölçme** alanındadır.

Alınan aksiyonlar, iklim değişikliği aksiyonları

✓ En çok tamamlanan ilk 5

✗ En az tamamlanan son 5

Yönetişim ve gözetim	<ul style="list-style-type: none">✓ İklim değişikliği gözetim sorumluluklarının bir yönetim kurulu komitesine verilmesi✓ Azaltma hedeflerine ulaşma sorumluluğunun bir kişiye veya komiteye verilmesi✓ İklim değişikliği konusunda deneyiminin yönetim kurulu seçiminde veya yönetici işe alımında bir faktör haline getirilmesi
Ölçme ve raporlama	<ul style="list-style-type: none">✓ Emisyonlarımızdaki ana kaynakları tanımlama✗ Yıllık emisyonların kamuoyuna açıklanması✗ Bilim Temelli Hedefler Girişimi Akreditasyonu/Onayı
Müşteriler ve ürün seçenekleri	<ul style="list-style-type: none">✗ Müşterilere emisyonları azaltmak üzere davranışlarını değiştirmeleri için kaynak sağlanması
Operasyonlar	<ul style="list-style-type: none">✓ Elektrik ve yakıt tüketiminin azaltılması✗ İklim-bağılantılı teknolojiler geliştirmek için kurum içinde yatırım yapılması (örneğin, karbon yakalama)✗ Operasyonların temiz enerjiye daha iyi erişime sahip alanlara taşınması
Tedarikçiler ve üçüncü taraflar	<p>Tedarikçiler ve üçüncü taraflarla iklim değişikliği ile ilgili aksiyon almalarına dönük çalışmaların yürütülmediği sonucuna ulaşılmıştır.</p>

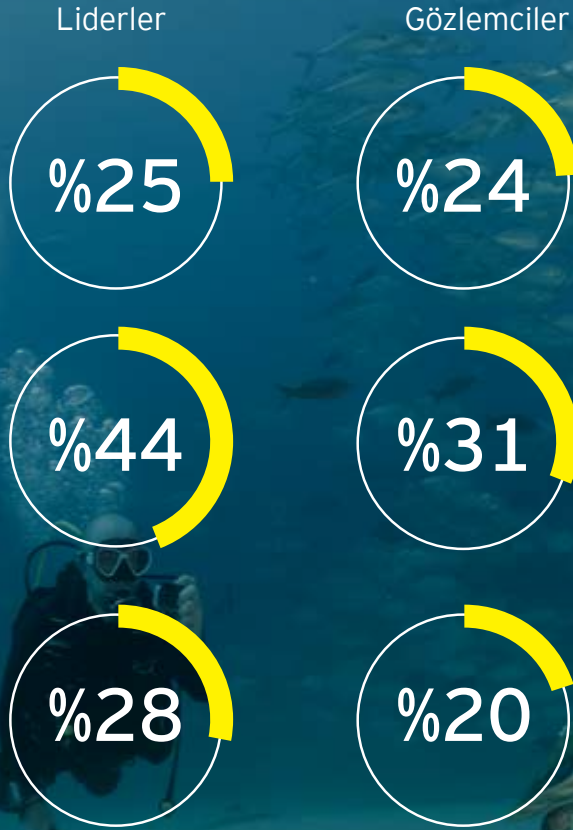
Temel bulgular

- ▶ Birçok şirket yöneticisi ölçme ve yönetim süreçlerinde **sürekli geliştiğini** ifade ediyor.
- ▶ Bu doğrultuda hedeflerini yeniden gözden geçirdiğini ve aksiyonu hızlandırmak için **ara hedefler**, kilometre taşları ve senaryolar oluşturduğunu ortaya koyuyor.

İklim yolculuğunda alınan kararları uygulayan şirketler daha fazla değer elde ediyor

Şirketlerin iklim değişikliği çalışmalarını ölçmek amacıyla 32 farklı kriteri 5 ana başlık altında değerlendirdik. 32 aksiyondan;

- Ortalama 15'ini tamamlayan şirketler «**lider**» şirketler
- Ortalama 3'ünü tamamlayan şirketler «**kaşif**» şirketler
- Ortalama 1'ini tamamlayan şirketler «**gözlemci**» şirketler olarak tanımlanmıştır.



Beklenen önemli ölçüde yüksek finansal değer kazanmıştır

Ortalama emisyon azaltım hedefi

Bugüne kadarki ortalama emisyon azaltımı

Öncülük eden şirketler bütüncül bir yaklaşımı benimsiyor

Ortalama **15 aksiyonu tamamlayan** şirketler diğer aksiyonlar üzerinde çalışmaya devam etmektedir.

Liderler olarak tanımlanan grubun en yaygın iklim aksiyonları tüm kategorileri kapsamakta ve daha bütüncül bir yaklaşım sergilemektedir.

İklim aksiyonları liderlerinin en yaygın aksiyonları

● Gözlemciler ● Liderler

İklim değişikliği gözetim sorumluluklarının bir yönetim kurulu komitesine verilmesi



Azaltım hedeflerine ulaşma sorumluluğunun bir kişiye veya komiteye verilmesi



Daha az sıklıkta yüz yüze çalışma veya iş seyahati planlanması



Tedarikçilerden emisyonlarını azaltmalarının talep edilmesi



Düşük emisyonlu veya emisyonlu yeni ürün ve hizmetler yaratılması



Temel bulgular

Sürdürülebilirlik gündemine öncülük etmek ve iş dünyası, toplum ve çevre için daha fazla değer elde etmek adına şirket genelinde **dönüştürücü bir yaklaşımın** benimsenmesi gerekir.

Şirketler iklim yolculuklarında nasıl ilerleyebilir?



Dış etkenler ve ekipler arası iş birliği eksikliği daha fazla aksiyonun gerçekleştirilmesini engelliyor

Katılımcılar, şirketlerin yönetim ekipleri arasındaki **iş birliği eksikliğinin** aksiyon gerçekleştirme becerisini olumsuz etkilediğine inanıyor.

%33

Ankete katılanların %33'ü, yönetim kurulu üyelerinin ve yönetimin, aksiyonların önceliklendirilmesi konusunda fikir birliğine varamadığını ifade ediyor.

%32

Katılımcıların %32'si, şirket içinde **çok sayıda grubun** geliştirilen aksiyonlara dahil olmasının ilerlemeyi zorlaştırdığı konusunda hemfikir.

Kuruluşlar, iklim değişikliğiyle mücadele konusunda emisyonları azaltmaya veya dengelemeye yönelik veri ve teknoloji eksikliği, finansman sağlama zorluğu gibi birçok dış etken olduğunu düşünüyor.

İklim değişikliğiyle mücadele için daha fazla çaba harcamanın önündeki en büyük dış etkenler

Müşterilerin satın almayı veya davranışlarını beklendiği gibi değiştirmemesi

%39

Ekonomik veya jeopolitik aksaklıklardan kaynaklanan belirsizlik

%38

Emisyonları azaltmak veya dengelemek için veri ve teknoloji eksikliği

%34

Yeni çıkan regülasyonlarla ilgili belirsizlik

%33

İklim değişikliğine sahip yetenekleri işe almakta zorluk yaşama

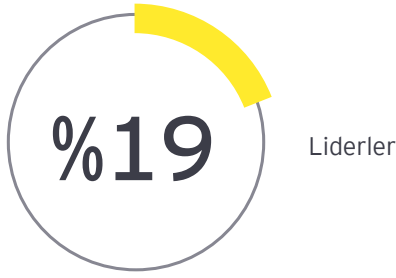
%32

Temel bulgular

Dış etkenler ve iş birliği eksikliği iklim değişikliğiyle mücadelede "harekete geçme" yerine "taahhüt etme" kültürünün oluşmasına sebep olabilir.

Kuruluşların karşılaştığı farklı zorluklar sürdürülebilirlik yolculuklarında öğrenmelerini sağlıyor

Liderlerin %19'u, Gözlemcilerin ise %18'i aksiyonların tamamlanmasının şirketin gündemini iyileştireceğini düşünüyor.



Katılımcı şirketler aksiyonların uygulanması konusunda **iş birliği ve koordinasyon** zorluklarıyla karşılaşmaktadır.



Liderlerin %31'i, Gözlemcilerin %6'sı bütüncül bir yaklaşım yerine **birbiriyle rekabet eden** birden fazla iklim değişikliği girişiminin olduğu konusunda hemfikir



Liderlerin %31'i, Gözlemcilerin ise %18'i **ekipler arası iş birliğinin** önemli ölçüde geliştirilmesi gerektiğine inanıyor

Liderler daha geniş bir yelpazede stratejik ortaklıklar kuruyor

Liderlerin yarısı **stratejik bir ortaklığa veya ortak girişime dahil olmuştur** (gözlemcilerin %7'sine karşılık liderlerin %44'ü). Gözlemcilere kıyasla, halihazırda ortaklık kurmuş olma olasılıkları daha yüksektir.

	Liderler		Gözlemciler
Doğrudan rakipler	%31'e	karşı	%9
Hükümet ya da politika yapıcılar	%38'e	karşı	%13
Akademik kurumlar	%50'ye	karşı	%9
Tedarikçiler	%63'e	karşı	%28
Sivil toplum kuruluşları	%44'e	karşı	%16
İklim değişikliğine odaklanan start-up'lar	%38'e	karşı	%16

Temel bulgular

Küresel ölçekte iş birliği yapılması, şirketlerin sürdürülebilirlik konusunda tek başlarına elde edebileceklerinden daha fazlasını elde etmelerine olanak tanır. Ayrıca, 1,5°C hedefine ulaşmak için bir gerekliliktir.

Yeteneğe yatırım yapmak, içeriden dönüşümü hızlandırmak için bir fırsattır



Temel bulgular

Şirketler, sürdürülebilirliğe katkıda bulunan **çalışan değeri** yoluyla finansal değeri arttırmak için daha cesur yatırımlar yapmayı düşünmelidir.

Şirketler **sürdürülebilirliği tüm fonksiyonlarına yerleştirdikçe**; eğitim, kapasite geliştirme, bilgi paylaşımı ve beceri setlerini geliştirebilecekleri özel bir stratejiye ihtiyaç duyacaklardır.

Değer odaklı sürdürülebilirliği benimsemenin yolları

Araştırmaya göre, şirketlerin atmaları gereken adımları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

1

Hedeflerinizi yükseltin. Değişim konusunda kararlı olan şirketlerde bile Paris Anlaşması'nda ortaya konulan hedeflere ulaşmaya yetecek kadar iddialı hedefler görmüyoruz.

2

Emisyon azaltımı konusunda etki yaratmanın zorluğunu kabul ederek, ilerlemeyi izlemek ve yatırım getirisini başından itibaren değerlendirmek için **ölçümler** yapın.

3

Sektörünüz içinde ve sektörler arasında **iş birliği** yapın. Endüstri gruplarıyla beraber çalışmak değişimi hızlandıracaktır.

4

Tedarik zincirinizi etkileyin. Birçok kuruluş kendi tedarik zincirleri aracılığıyla emisyon azaltımını sağlama konusunda kendi kuruluşlarından daha fazla fırsata sahiptir.

5

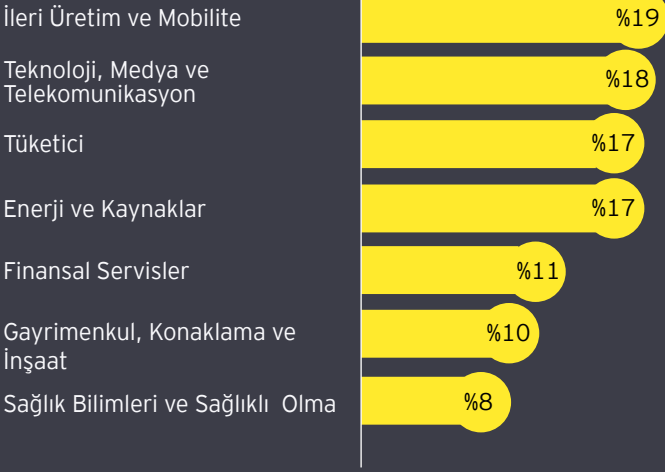
Bu süreçte ihtiyaçları karşılamak için **yeteneğe yatırım yapın.** Konu uzmanlarını işe almaya ve yeteneklerin geliştirilmesine öncelik verin.

Ek bilgiler

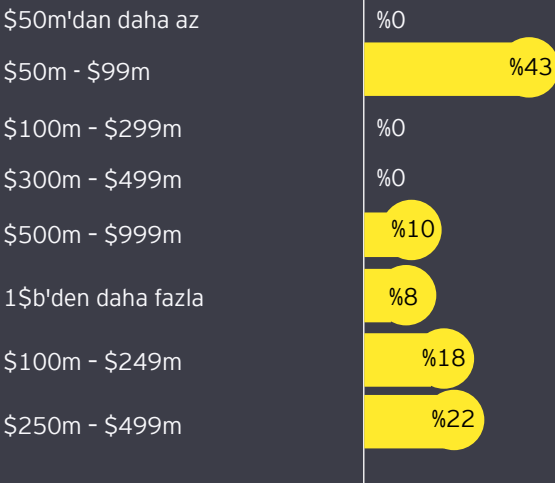


Demografik özellikler (Türkiye, n = 105)

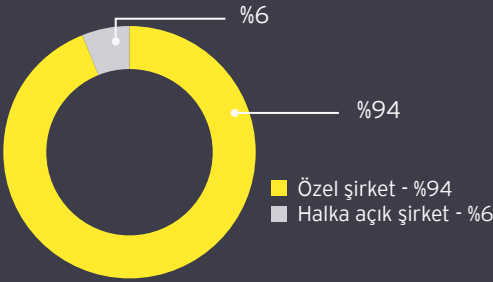
Birincil sanayi



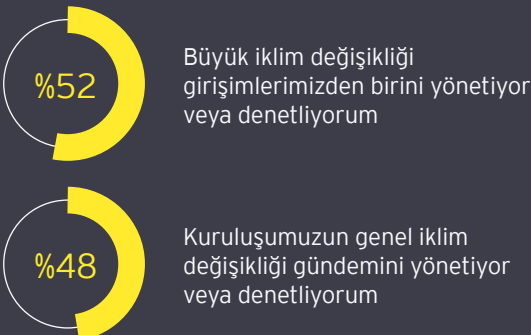
Gelir



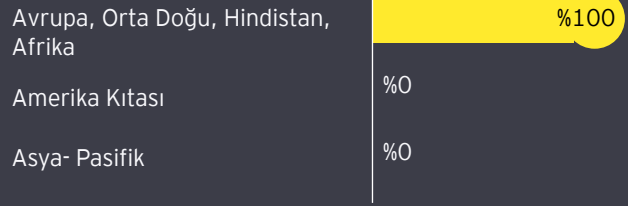
Mülkiyet yapısı



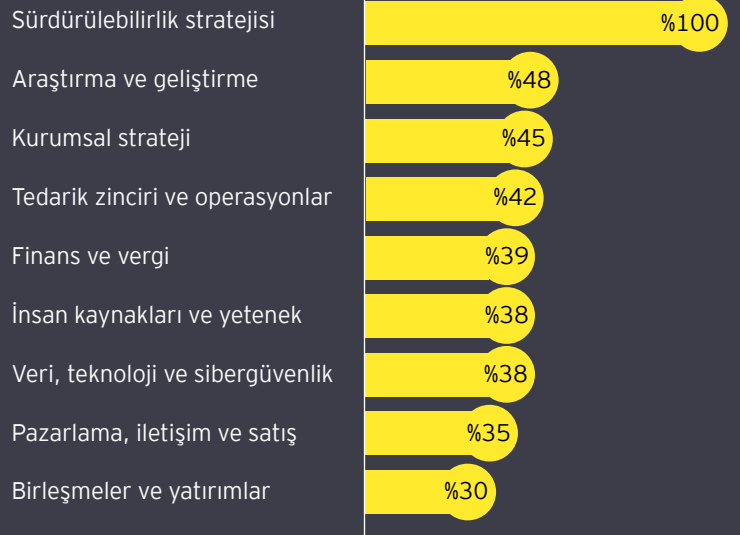
İklim değişikliği sorumlulukları



Bölgeler



Sorumluluk alanları



Birincil görev



Lider şirketleri nasıl tanımlıyoruz?

Metodoloji

İklim değişikliğini ele almak için ölçümü yapılan **32 aksiyon** aşağıdaki **beş alanda** seçilmiştir:

1. Ölçme ve raporlama
2. Yönetişim ve gözetim
3. Operasyonlar ve tedarik zinciri
4. Müşteriler ve ürün seçenekleri
5. Tedarikçiler ve üçüncü taraflar

Her bir aksiyonun ilerleme düzeyine göre **puanlanması**:

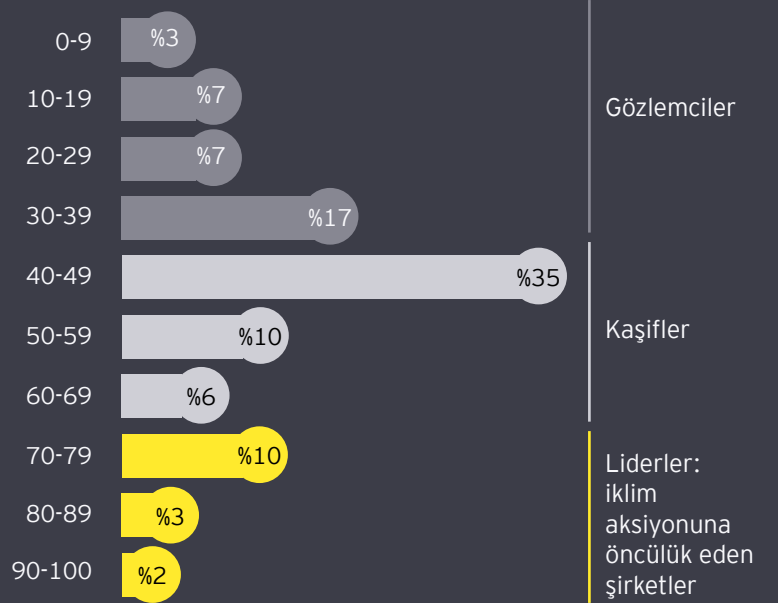
- ▶ Tamamlanmış: 10
- ▶ Devam eden: 5
- ▶ Gelecek yılda yapılması planlanan: 2
- ▶ Planlanmamış: 0

Her bir katılımcı için aşağıdakilere dayalı **bir endeks oluşturuldu**:

- ▶ **Alt puanlar**: Her alanda 0'dan 100'e normalize edilmiş toplam puan
- ▶ **Toplam puan**: 0'dan 100'e kadar olan ölçekte 5 alanın tümünde ortalama puan

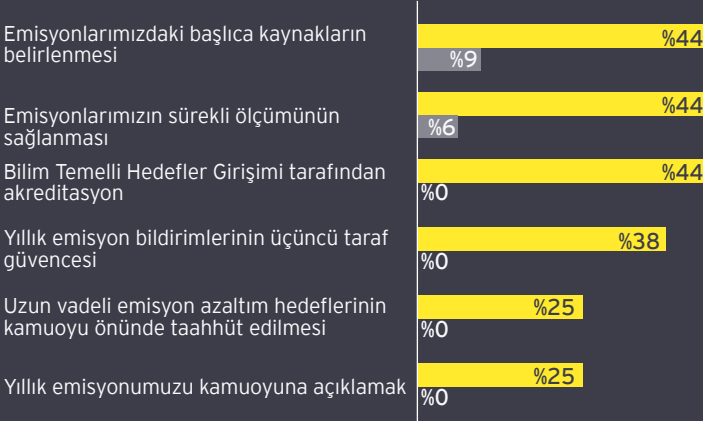
Toplam puan

% her kutudaki şirket sayısı; n= 105

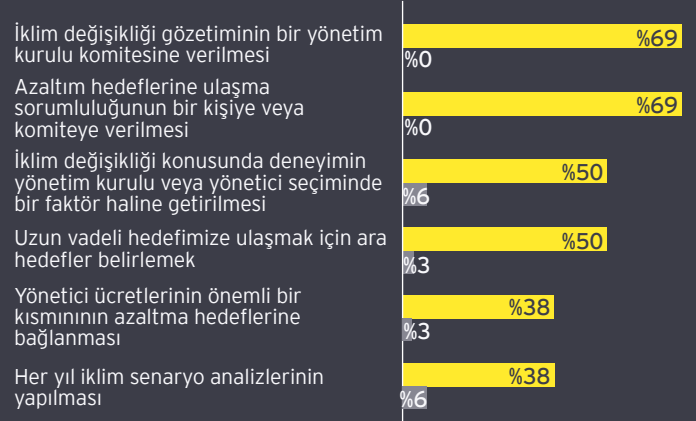


İklim değişikliği çalışmalarını ölçmek amacıyla değerlendirilen kriterler (toplam 32 aksiyon)

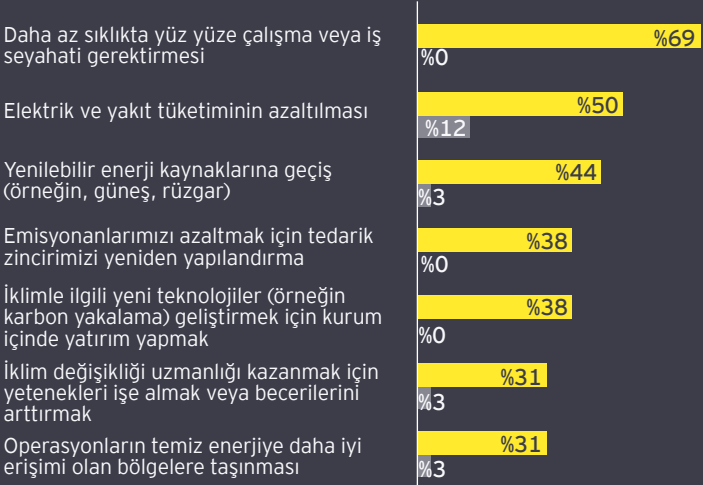
Ölçüm ve raporlama



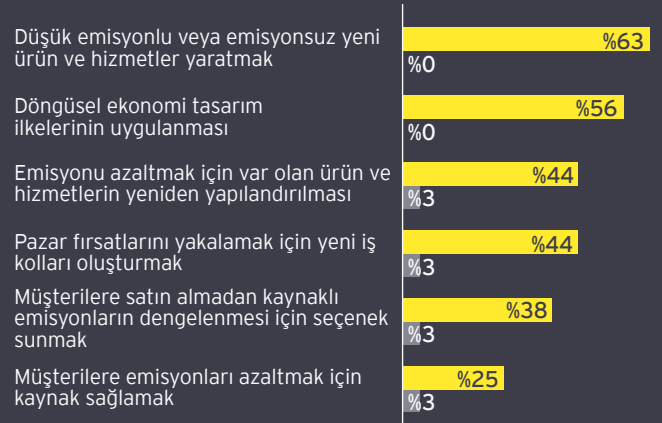
Yönetişim ve gözetim



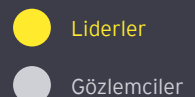
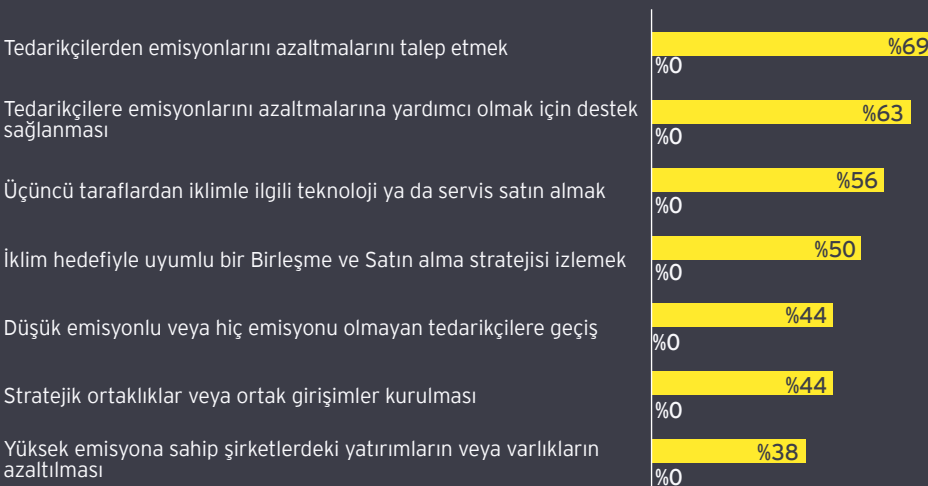
Operasyonlar



Müşteriler ve ürün seçenekleri



Tedarikçiler ve üçüncü taraflar



İletişim

Ece Sevin

EY Türkiye İklim Değişikliği ve
Sürdürülebilirlik Hizmetleri Lideri

ece.sevin@tr.ey.com



EY | Daha iyi bir çalışma dünyası oluşturmak

EY olarak amacımız; müşterilerimiz, çalışanlarımız ve toplum için değer yaratırken aynı zamanda sermaye piyasalarında güvenin ve daha iyi bir çalışma dünyasının oluşmasına katkıda bulunmaktır.

Dünya çapında 150'den fazla ülkede, sahip olduğumuz veri ve teknoloji ile hizmet veren ekiplerimizle, denetimde güveni sağlarken müşterilerimizin gelişmesine ve dönüşmesine destek oluyoruz.

Bağımsız denetim, danışmanlık, hukuk, kurumsal finansman, strateji ve vergi hizmetlerimizle iş dünyasının karşılaştığı zorluklara yeni çözümler sunacak doğru soruları soruyoruz.

EY adı küresel organizasyonu temsil eder ve Ernst & Young Global Limited'in her biri ayrı birer tüzel kişiliğe sahip olan, bir veya daha çok, üye firmasını temsil edebilir. Sınırlı sorumlu bir Birleşik Krallık şirketi olan Ernst & Young Global Limited müşteri hizmeti sunmamaktadır. Kişisel Verileri Koruma Kanunu (KVKK) kapsamında; EY'in kişisel verileri nasıl topladığı, kullandığı ve bireylerin sahip olduğu haklara dair bilgilere ey.com/tr_tr/privacy-statement adresinden ulaşabilirsiniz. EY üye şirketleri yerel kanunların yasakladığı bölgelerde hukuk hizmeti sunmaz. Daha fazla bilgi için lütfen ey.com adresini ziyaret edin.

© 2024 EY Türkiye.
Tüm Hakları Saklıdır.

Sadece genel bilgi verme amacıyla sunulan bu yayının muhasebe, vergi, hukuk veya diğer profesyonel hizmetler alanında geçerli bir kaynak olarak kullanılması amacıyla hazırlanmamıştır. Belirli bir konuya ilişkin olarak ilgili danışmana başvurulmalıdır.

ey.com/tr
vergidegundem.com
facebook.com/ErnstYoungTurkiye
instagram.com/eyturkiye
twitter.com/EY_Turkiye