



T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**FİRMALARDA MALİYET, GİDER
VE KARLILIK ANALİZİ:
BORSA İSTANBUL'DA BİR
UYGULAMA
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

MUHAMMET BİLAL MENTEŞ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Faruk DAYI

HAZİRAN 2021-
KASTAMONU

**T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**



**FİRMALARDA MALİYET, GİDER VE KARLILIK ANALİZİ:
BORSA İSTANBUL'DA BİR UYGULAMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MUHAMMET BİLAL MENTEŞ

DOÇ.DR. FARUK DAYI

TAAHHÜTNAME

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu; ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını, bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini bildirir ve taahhüt ederim.

İmza

Muhammet Bilal MENTEŞ

ÖZET**YÜKSEK LİSANS TEZİ****FİRMALARDA MALİYET, GİDER VE
KARLILIK ANALİZİ: BORSA İSTANBUL'DA
BİR UYGULAMA****MUHAMMET BİLAL
MENTEŞ****KASTAMONU
ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER
ENSTİTÜSÜ İŞLETME
ANABİLİM DALI****DANIŞMAN: DOÇ.DR. FARUK DAYI**

Marketler tüketicilerin günlük hayatta en çok alışveriş yaptıkları iş yerleridir. Marketler sadece gıda ve temizlik ürünleri değil, manav, kasap, fırın ve züccaciye gibi farklı ürünlerin satıldığı alışveriş merkezlerine dönüşmüşlerdir. Tüketiciler ihtiyaçlarını karşılarken kaliteli ve uygun fiyatlı ürünleri satın almak isterler. Market işletmeleri ise düşük fiyattan ancak istenilen kara ve karlılığa ulaştıracak fiyat düzeyinden satış yaparlar. İndirimli zincir market işletmeleri sürekli indirim kampanyaları düzenleyerek müşterilerine daha uygun fiyattan satış yapmayı hedefleyerek satış hacimlerini ve karlılıklarını artırmak isterler. Bu çalışmanın bir amacı indirimli ürün satmanın marketlerin gelir, gider, maliyet ve karlılıklarını nasıl etkilediği incelemektir. Çalışmanın diğer amacı ise 2018 yılında marketlerin aniden yüksek oranda yaptıkları zamların marketlerin karlılıklarını nasıl etkilediğini incelemektir. Çalışmanın amaçları doğrultusunda Borsa İstanbul'da işlem gören 5 market işletmesinin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak işletmelerin maliyetleri, giderleri ve karlılıkları finansal analiz yapılarak değerlendirilmektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde market işletmelerinin varlıklarının ve satışlarının arttığı görülmektedir. Bazı market işletmelerinin ise dönem net zararının arttığından özkaynaklarının azaldığı tespit edilmektedir. Giderlerin arttığı ancak finansman giderlerinin beş yıllık dönemde daha yüksek oranda arttığı tespit edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Maliyet, Gider, Kar, Finansal Analiz, Borsa İstanbul

Haziran 2021, Sayfa 95

ABSTRACT**MSC THESIS****COST, EXPENSE AND
PROFITABILITY ANALYSIS IN COMPANIES:
AN APPLICATION IN BORSA İSTANBUL****MUHAMMET BİLAL
MENTEŞ****KASTAMONU
UNIVERSITY INSTITUTE
FOR SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF
BUSINESS
ADMINISTRATION****SUPERVISOR: ASSOC. PROF. DR. FARUK DAYI**

Markets are the places where consumers shop the most in daily life. Market businesses have turned into shopping centers where not only food and cleaning products but also different products such as greengrocers, butchers, bakeries and glassware are sold. Consumers want to buy quality and affordable products while meeting their needs. Market businesses, on the other hand, sell at a low price but at the price level that will bring the desired profit and profitability. Discount chain market businesses want to increase their sales volume and profitability by constantly organizing discount campaigns, aiming to sell to their customers at a more affordable price. One aim of this study is to examine how selling discounted products affects the income, expenses, costs and profitability of the markets. The other purpose of the study is to examine how the high rate hikes made by the markets in 2018 affect the profitability of the markets. For the purposes of the study, the costs, expenses and profitability of the enterprises are evaluated by making financial analysis by using the financial statement data of the 5 market enterprises traded in Borsa Istanbul for the period of 2016-2020. When the analysis results are examined, it is seen that the assets and sales of the market enterprises have increased. It is determined that the equity of some market enterprises has decreased due to the increase in the net loss of the period. It is observed that the expenses have increased, but the financing expenses have increased at a higher rate in the five-year period.

Key Words: Cost, Expenditure, Profit, Financial Analysis, Istanbul Stock Exchange

June 2021, 95 Pages

TEŞEKKÜR

Tez konusu belirlememde, tezin hazırlanmasında ve tamamlanmasında desteği esirgemeyen ve her zaman kıymetli bilgileri ile yön veren kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Faruk DAYI'ya teşekkür eder, sevgi ve saygılarımı arz ederim.

Yüksek lisans eğitimim boyunca desteğini esirgemeyen kıymetli aileme sonsuz teşekkür ederim.

Muhammet Bilal MENTEŞ
Kastamonu, Haziran, 2021.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

TEZ ONAYI	..iii
TAAHHÜTNAME.....	iv
ÖZET	..v
ABSTRACT.....	vi
TEŞEKKÜR	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
TABLolar DİZİNİ.....	xii
SEMBOLLER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	..xiv
1. GİRİŞ	1
2. GİDER, MALİYET, KARLILIK VE FİNANSAL ANALİZ İLE İLGİLİ TEMEL	
KAVRAMLAR.....	4
2.1. Gider Kavramı	4
2.2. Giderlerin Sınıflandırılması	5
2.2.1. Araştırma ve Geliştirme Giderleri.....	5
2.2.2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	6
2.2.3. Genel Yönetim Giderleri.....	6
2.2.4. Finansman Giderleri.....	7
2.3. Maliyet Kavramı	7
2.4. Maliyet Unsurları.....	8
2.4.1. Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri	8
2.4.2. Direkt İşçilik Giderleri	9
2.4.3. Genel Üretim Giderleri	9
2.5. Maliyetlerin Sınıflandırılması.....	9
2.5.1. Sabit Maliyet	10

2.5.2 Değişken Maliyet	10
2.5.3 Karma Maliyet	11
2.6. Maliyet Yönetimi.....	11
2.6.1. Maliyet Yönetiminin Tanımı	12
2.6.2. Maliyet Yönetiminin Yararları	12
2.6.3. Maliyet Yönetiminin Amaçları	13
2.7. Maliyet, Hacim ve Kar Analizi	13
2.7.1. Analitik Yöntem	14
2.7.2. Muhasebe Yöntemi	14
2.7.3. Matematiksel ve İstatistiksel Yöntemler	15
2.8. Kar ve Karlılık Kavramları.....	15
2.9. Karlılık Analizi.....	16
2.9.1. Mamul/Hizmet Karlılık Analizi.....	18
2.9.2. Karar Vermede İlgili Maliyetleme	18
2.9.3. Başabaş Noktası Analizi	18
2.10. Finansal Tablolar ve Finansal Analiz	19
2.10.1 Finansal Tablolar	19
2.10.1.1 Finansal Tabloların Nitelikleri	20
2.10.1.2. Tek Düzen Muhasebe Sistemine Göre Finansal Tablolar.....	21
2.10.1.3. Türkiye Muhasebe Standartları ve Türkiye Finansal Raporlama Standartlarına Göre Finansal Tablolar	22
2.10.1.3.1. Finansal Durum Tablosu.....	22
2.10.1.3.2. Kar/Zarar veya Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu.....	23
2.10.1.3.3. Özkaynaklar Değişim Tablosu.....	23
2.10.1.3.4. Nakit Akış Tablosu	24
2.10.2. Finansal Analiz	24
2.10.2.1. Finansal Analizin Amacı.....	26

	ix
2.10.2.2 Finansal Analiz Türleri	27
2.10.2.3 Finansal Analiz Teknikleri.....	28
2.10.2.3.1. Karşılaştırmalı Tablolar Analiz Yöntemi	29
2.10.2.3.2. Yüzde Yöntemi İle Analiz	29
2.10.2.3.3. Eğilim Yüzdeleri Yöntemi İle Analiz	30
2.10.2.3.4. Oran Yöntemi İle Analiz.....	31
3. LİTERATÜR TARAMASI.....	33
4. MARKET SEKTÖRÜNDE MALİYET, GİDER VE KARLILIK ANALİZİ.....	40
4.1. Çalışmanın Amacı.....	40
4.2. Çalışmanın Örneklemi	41
4.3. Çalışmanın Değişkenleri ve Veri Seti.....	42
4.4. Çalışmanın Yöntemi	44
4.5. Bulgular ve Değerlendirme.....	45
4.5.1. Sektörün Finansal Bulguları.....	45
4.5.2. Sektörün Maliyet Analizi Bulguları.....	51
4.5.3. Sektörün Gider Analizi Bulguları	51
4.5.4. Sektörün Karlılık Analizi Bulguları.....	52
4.5.5. Şirketlerinin Maliyet, Gider ve Karlılık Analizi Bulguları	54
4.5.5.1 BİM Birleşik Mağazalar A.Ş. Bulguları	54
4.5.5.2 BİZİM Toptan Satış Mağazaları A.Ş. Bulguları	59
4.5.5.3 Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. Bulguları	64
4.5.5.4 Migros Ticaret A.Ş. Bulguları.....	70
4.5.5.5 Şok Marketler Ticaret A.Ş. Bulguları	75
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	81
KAYNAKLAR	88

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4.1. Sektörün toplam aktif, özkaynak ve hasılat hesaplarının yıllara göre dağılımı	47
Şekil 4.2. Sektördeki işletmelerin aktif büyüklüklerinin yıllara göre dağılımı	49
Şekil 4.3. Sektördeki işletmelerin hasılatlarının yıllara göre dağılımı	50
Şekil 4.4 BİM'in karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı	59
Şekil 4.5 BİZİM'in karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı	64
Şekil 4.6 CARREFOURSA'nın karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı	69
Şekil 4.7 MİGROS'un karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı	75
Şekil 4.8 ŞOK'un karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı	80

TABLOLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 4.1. Perakende sektöründeki şirketlerin listesi.....	41
Tablo 4.2. Market işletmelerinin listesi... ..	42
Tablo 4.3. Değişkenler ve tanımları... ..	43
Tablo 4.4. Sektörün finansal verileri (bin lira)	46
Tablo 4.5. Sektördeki işletmelerin aktif büyüklüklerinin yıllara göre dağılımı. 48	48
Tablo 4.6. Sektördeki işletmelerin hasılatlarının yıllara göre dağılımı... ..	49
Tablo 4.7. Sektörün satışların maliyeti analiz bulguları... ..	51
Tablo 4.8. Sektörün faaliyet giderleri analiz bulguları	52
Tablo 4.9. Sektörün karlılık analizi bulguları	53
Tablo 4.10. BİM'in finansal verileri (binlira)	55
Tablo 4.11. BİM'in maliyet analizi bulguları	56
Tablo 4.12. BİM'in hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları	57
Tablo 4.13. BİM'in gider analizi bulguları	57
Tablo 4.14. BİM'in karlılık analizi bulguları	58
Tablo 4.15. BİZİM'in finansal verileri	60
Tablo 4.16. BİZİM'in maliyet analizi bulguları	61
Tablo 4.17 BİZİM'in hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları	62
Tablo 4.18. BİZİM'in gider analizi bulguları	62
Tablo 4.19. BİZİM karlılık analizi bulguları	63
Tablo 4.20. CRFSA'nın finansal verileri (bin lira)	65
Tablo 4.21. CARREFOURSA'nın maliyet analizi bulguları	66
Tablo 4.22. CARREFOURSA'nın hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları.....	67
Tablo 4.23. CARREFOURSA'nın gider analizi bulguları.....	67
Tablo 4.24. CARREFOURSA'nın karlılık analizi bulguları	68
Tablo 4.25. MİGROS'un finansal verileri (binlira)	70
Tablo 4.26. MİGROS'un maliyet analizi bulguları.....	72
Tablo 4.27. MİGROS'un hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları	72
Tablo 4.28 MİGROS'un gider analizi bulguları	73
Tablo 4.29 MİGROS'un karlılık analizi bulguları	74
Tablo 4.30 ŞOK şirketinin finansal verileri	76
Tablo 4.31 ŞOK'un maliyet analizi bulguları	77

Tablo 4.32 ŞOK'un hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları	78
Tablo 4.33 ŞOK'un gider analizi bulguları	78
Tablo 4.34. ŞOK'un karlılık analizi bulguları.....	79

SEMBOLLER VE KISALTMALAR DİZİNİ

DİMM	Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri
DİG	Direkt İşçilik Giderleri
GÜG	Genel Üretim Giderleri
TDMS	Tek Düzen Muhasebe Sistemi
TMS	Türkiye Muhasebe Standartları
TFRS	Türkiye Finansal Raporlama Standartları
KGK	Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetimi Standartları Kurumu
BİST	Borsa İstanbul
KAP	Kamuyu Aydınlatma Platformu

1.GİRİŞ

Maliyet, gider ve karlılık analizleri işletmelerin faaliyetlerinin devamlılığı için oldukça önemlidir. Maliyetin doğru tespit edilmediği fiyat belirlemelerinde işletmeler zarar edebilmektedir. Bu nedenle bir ürünün veya hizmetin maliyeti üretim, hizmet ve ticari işletmeler için oldukça önemlidir. İşletmeler maliyetleri doğru tespit ederek hedefledikleri karı üzerine koyarak satış fiyatını belirlemektedir. Satış fiyatlarının rekabetçi bir düzeyde belirlenmesi işletmelerin sürekliliği için önem arz etmektedir. İşletmeler faaliyetlerini sürdürürken büyüyerek karlılığını devam ettirmek isterler. Kar etmek ve karlılığını devam ettirebilmek için ek katkı payını belirledikleri satış fiyatını işletmeler üzerinden kar ederler. Ancak kar etmenin bir diğer yöntemi ise işletmelerin maliyetlerini düşürmesidir. Etkin bir maliyet yönetimi işletmelerin faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürmeleri için gerekmektedir. Etkin maliyet yönetimi rekabetçi fiyat düzeyinin belirlenmesi içinde gerekmektedir. Günümüz koşullarında işletmeler sadece ulusal düzeyde değil uluslararası düzeyde de rekabet ettikleri görülmektedir. Rekabetçi bir fiyat politikası için maliyet ve giderlerin etkin bir şekilde yönetilmesi gerektiği düşünülmektedir. İşletmelerin faaliyetlerinin devamlılığını sağlamasında ve sürdürülebilirlikleri için karlılık analizlerinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Maliyet ve karlılık analizlerinin genellikle üretim işletmelerinde yapıldığı görülmektedir. Literatür incelendiğinde ise genellikle tarım sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin maliyet ve karlılık analizleri yaptıkları tespit edilmiştir. Maliyet ve karlılık analizleri işletmelerin başarılı bir finansal performans göstermeleri için gerekmektedir. Doğru belirlenen maliyetin üzerine ilave edilen kar işletmelerin dönem sonu hedeflerinin tutturulması için önemlidir. Ayrıca işletmeler maliyetlerin kaynaklarını inceleyerek maliyetleri düşürmenin yöntemlerini araştırması gerekmektedir. Maliyetler sürekli değişkenlik gösterdiği için dinamik bir maliyet belirleme yöntemi tercih edilmelidir. Maliyet belirlerken işletmenin faaliyet yapısına uygun yöntemin seçilmesi gerekmektedir. İşletmeler satışların maliyeti dışında birçok giderlere de katlanmaktadır. Giderlerin azaltılması ve dağıtım yerlerine doğru dağıtılması da önemlidir. Giderlerin dağıtımında dağıtım anahtarları doğru seçilmelidir. İşletmeler giderlerini azaltmak için tedbirler almalıdır.

Maliyetlerin ve giderlerin kontrolü kadar işletmelerin finansal performanslarının ölçütü olarak karlılıklarının analizi de oldukça önemlidir. Günümüzde en çok alışveriş yapılan sektör olan market işletmesinde söz konusu analizlerin yapılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle tüketicilerin en çok ihtiyaç duydukları ve alışveriş yaptıkları sektörde uygulamanın yapılmasının literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. 2018 yılından itibaren maliyetlerdeki artışın fiyatlara yansımaları tüketicilerin alım gücünü doğrudan etkilemektedir. Maliyetlerdeki artış işletmelerin karını da etkileyebilmektedir. Rekabetçi fiyat politikası izleyen işletmeler maliyetlerindeki artıştan daha az oranda satış fiyatların artırması mümkündür. Bu amaç doğrultusunda ülkemizde faaliyet gösteren borsada işlem gören market işletmelerinin maliyet, gider ve karlılıklarının analizi yapılarak maliyet, gider ve karlılık arasındaki ilişki incelenmektedir. Haksız kazanç edip etmedikleri değerlendirilmektedir. Çalışmanın uygulamasında detaylı bir şekilde analiz yapılmaktadır. İşletmelerin finansal tablolarının çeşitli hesapları analiz edilerek maliyet ve karlılıkları incelenmektedir. Ayrıca örneklem kapsamındaki işletmelerin verileri toplanarak sektörün maliyet, gider ve karlılık analizinde yapılarak sektörün finansal performansı ve finansal durumu da değerlendirilmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde gider, maliyet ve karlılık ile ilgili temel kavramlar açıklanmaktadır. Gider kavramı açıklandıktan sonra gider türleri verilmektedir. Maliyet kavramı açıklanmakta, üretim maliyeti unsuları verilerek maliyetler sınıflandırılmaktadır. Maliyetlerin çeşitleri açıklandıktan sonra maliyet yönetimi kavramına yer verilmektedir. Maliyet, hacim ve kar analizi açıklanmaktadır. Kar ve karlılık kavramı açıklandıktan sonra karlılık analizi ile ilgili kavramlara yer verilmektedir. Bölümün sonunda maliyet, gider ve karlılık analizinin yapılmasında yararlanılan finansal tablolar ve finansal tablolar analiz yöntemleri açıklanmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde literatür taraması verilmektedir. Literatür taramasında işletmelerin maliyet ve karlılık analizleri ilgili çalışmalar yer almaktadır. Konuyla ilgili yapılan çalışmaların büyük bir kısmı tarım sektöründeki işletmelerin çeşitli tarımsal ürünlerin maliyetlerinin ve karlılıklarının değerlendirilmesine yöneliktir. Literatür taramasında çalışmanın konusuna uygun olarak finansal analiz ile ilgili

alışmalara yer verilmektedir. Konuyla ilgili yapılmış çalışma sayısı oldukça azdır. Bu kısımda ulusal ve uluslararası literatürde yer alan çalışmalara yer verilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde Borsa İstanbul’da Toptan ve Perakende sektöründe faaliyet gösteren market işletmelerinin maliyet, gider ve karlılık analizleri yapılmaktadır. Çalışmada maliyet, gider ve karlılık analizleri ürün bazında yapılmak istenmiş ancak veri elde edilemediğinden oran analizi ve dikey analiz yöntemi ile bilanço ve gelir tablosu hesapları ile çeşitli karlılık oranları kullanılarak analiz yapılarak analiz sonuçları değerdendirilmektedir. Öncelikli olarak market işletmelerinin verileri toplanarak sektör verileri oluşturulmaktadır. Sektör verileri oluşturulduktan sonra işletmelerin ayrıca uygulamaları yapılmaktadır. Elde edilen bulgular bu kısımda detaylı olarak değerdendirilmektedir.

Çalışmanın son bölümünde yapılan uygulama sonucunda elde edilen bulgulardan yararlanılarak analiz sonuçları değerdendirilmektedir. Oran analizi yöntemi ile hesaplanan karlılık oranları ile işletmelerin karlılık durumları değerdendirilmektedir. Dikey analiz yöntemiyle de işletmelerin gelir tablosunda ki maliyetler ve giderlere ilişkin bulgular değerdendirilmektedir.

2.GİDER, MALİYET, KARLILIK VE FİNANSAL ANALİZ İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

İşletmelerin faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürebilmeleri, büyümeleri ve karlılıklarını artırmaları için gider ve maliyet yönetimine önem vermeleri gerekmektedir. İşletmeler üretim maliyetini doğru tespit etmeden, satış fiyatı belirleyerek maliyetlerinden ya da hedefledikleri kardan daha düşük fiyata satış yapabilmektedir. İşletmelerin maliyetlerin yanısıra giderlerini de kontrol altında tutması gerekmektedir. Maliyet ve gider yönetimi işletmelerin karını ve karlılığını doğrudan etkilemektedir. Bu bölümde gider, maliyet ve karlılık analizi ile ilgili temel kavramlara yer verilmektedir.

2.1. Gider Kavramı

Gider ve maliyet kavramları birbirine benzer oldukları için sıkça karıştırılan ve yanlış kullanılabilen kavramlardır (Mizikovsky, vd., 2018: 152). Gider ve maliyet kavramlarının birbirlerine çok yakın kavramlar olsalar da birbirlerinden farklı kavramlar olup tanımlamanın yapılması kavramlar arasında ki farklılıkların ortaya konulmasında da oldukça önemlidir (Tatar, 2020: 47). Gider kavramının anlaşılabilmesi için harcama kavramının bilinmesi gerekmektedir. Harcama işletmenin mal üretmek veya hizmetten yararlanmak amacıyla yapmış olduğu parasal nitelikteki fedakarlıklara denilmektedir (Kaldırım, 2007: 43). İşletmenin yapmış olduğu harcamalar bir gider olabileceği gibi maliyette olabilmektedir. Bir harcamanın gider olarak ifade edilebilmesi için özkaynakları azaltması gerekmektedir (İncirci, 2017: 20).

Gider, bir işletmenin gelir elde etmesi için ilgili faaliyet döneminde aldığı mal ve hizmetler için yaptığı parasal harcamalardır (Yücesan, 2014: 15). Gider işletmelerin belirli bir faaliyet dönemi içerisinde bir malın üretimi veya teslimi veya hizmet kullanımı için işletmenin varlıklarının kullanılması ile varlıklarındaki azalmalar veya kaynaklarında yükselmeler olarak ifade edilmektedir (Koçak, 2020: 5). Bir işletmenin değerlerinin gider olarak ifade edilebilmesi için varlığın işletmeden çıkması

veya işletmede kullanılarak faydasının tükenmiş olması, işletmeye gelir sağlamak amacıyla söz konusu değerlerin elden çıkarılması veya fayda sağlanmış olması ve işletmenin varlıklarında bir azalış veya yükümlülüklerinde bir artışın meydana gelmesi gerekmektedir (Kaldırım, 2007: 42).

2.2. Giderlerin Sınıflandırılması

İşletmenin fonksiyonlarına göre giderler satın alma, üretim giderleri, araştırma ve geliştirme giderleri, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, genel yönetim giderleri ve finansman giderleri olarak sınıflandırılmaktadır (Yeşil, 2018: 30).

Bu kısımda gelir tablosunda yer alan faaliyet giderlerinden araştırma ve geliştirme giderleri, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, genel yönetim giderleri ve finansman giderleri açıklanmaktadır.

2.2.1. Araştırma ve Geliştirme Giderleri

Araştırma ve geliştirme harcamaları işletmelere yeni bir değer katmak amacıyla yapılmaktadır (Damodaran, 1999). Bilişim ve yazılım teknolojisindeki yeni gelişmeler sonucunda sürekli yeni ürünler üretilmektedir. İşletmeler teknolojiadaki gelişmeleri takip ederek yeni ürün veya hizmet üretmek için çeşitli araştırma ve geliştirme birimleri kurmaktadır. Araştırma ve geliştirme faaliyetleri yeni bir ürün üretmek için olabileceği gibi mevcut olan ürünlerin kalitelerini artırmak ve maliyetlerini düşürmek içinde olabilmektedir. Araştırma ve geliştirme giderleri adında olduğu üzere araştırmak ve geliştirmek için yapılan giderlerdir. Araştırma ve geliştirme çalışmaları için laboratuvarlar kurularak bilimsel çalışmalar yapılarak giderlere katlanılmaktadır. İşletmeler ürünlerin kalitesini artırmak, maliyetleri düşürmek ve yeni bir ürün veya hizmet bularak inovatif ürünler ile tüketicilere daha iyi ürün ve hizmet sunmak için bu giderlere katlanmaktadır (Kaya, 2019: 30). İşletmelerin araştırma ve geliştirme faaliyetleri için ayırdığı bütçeler yüksek olabileceği gibi katlandıkları giderlerde yüksek olabilmektedir (GeorgeVenieris, Naoum, & Vlismas, 2015: 54). Araştırma geliştirme laboratuvarları işletmelere katma değer katmak amacıyla yapılan giderler olduğu için işletmelerin inovatif faaliyetlerinde stratejik davranmaları ve giderlerini ona göre yönetmeleri önerilmektedir.

2.2.2. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri

Küresel pazarlarda üretim maliyetinin düşürülmesi için işletmeler çeşitli arayışlara girmektedirler. Hammadde, ucuz iş gücü gibi çeşitli üretim maliyeti faktörlerinin maliyetleri düşürülerek işletmeler rekabetçi satış fiyatı belirlemeyi amaçlamaktadır. Küresel pazarlarda rekabet eden çok uluslu şirketler söz konusu maliyetleri mümkün olduğunca düşük tutmaktadır. Satışların maliyetinden sonra katlanılan en yüksek giderlerden biri de pazarlama, satış ve dağıtım giderleridir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri işletmenin bir ürünü pazarlamak için yaptığı pazarlama faaliyetleri sonucunda katlandığı parasal fedekarlıkların hepsi olarak ifade edilmektedir (Güven, 2016: 36). Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, işletmelerin yeni bir pazara açıldıklarında, pazarlama araştırmalarında, pazarı segmentlere ayırdıklarında vb. pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirirken katlandıkları giderlerdir (Olefrenko, 2014). Satışların maliyetinden sonra işletmelerin en çok yaptıkları giderlerden biri olan pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinin azalması işletmenin karını ve karlılığını artıracığı düşünülmektedir. İşletmenin söz konusu giderleri azaltıcı politika ve strateji geliştirmeleri önerilmektedir.

2.2.3. Genel Yönetim Giderleri

İşletmelerin faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürebilmesi için iyi bir yönetim ekibine sahip olması gerekmektedir. İşletmelerin faaliyetlerini sürdürürken katlandıkları diğer bir giderde genel yönetim giderleridir. İşletmenin üst yönetiminden alt yönetimine kadar tüm organizasyon oluşturulması, kadro kuruluşu, örgütlenme, güvenlik, büro personeli, personel işleri gibi tüm yönetim fonksiyonlarının yerine getirilmesinden katlanılan giderlerdir. Genel yönetim giderleri işletmenin yönetim bölümünde çalışanların ücret ve giderleri, kırtasiye ve büro giderleri, amortismanlar gibi tüm giderleri kapsamaktadır (Koçan, 2017: 14). Genel yönetim giderleri toplam giderler içinde payının artmasıyla işletmelerin giderleri içinde ciddi bir sorun haline gelebilir (Geddes & Gordon, 1939: 27).

2.2.4. Finansman Giderleri

İşletmeler faaliyetlerini sürdürebilmek, yeni yatırım yapabilmek veya vadesi gelen borçları ödeyebilmek için kısa ve uzun vadeli yabancı kaynaklar temin ederler. Borçlanmanın bir bedeli olduğu için alınan yabancı kaynaklar için de faiz gideri ödenmektedir. İşletmelerin faiz ödemelerinin dışında döviz kurunun yükselmesinden kaynaklanan kambiyo zararları da vardır. Ayrıca kredi kartı komisyon giderleri, finansal kiralama işlemleri gibi çeşitli finansman giderleri ile karşılaşılır. Finansman giderleri işletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi için alınan yabancı kaynakların anaparalarının maliyetine eklenen faiz, kur farkı, kredi kartı komisyonu gibi benzer giderlerdir (Kaldırım, 2007: 51). İşletme yönetimi erken ödemeler veya ek finansman giderleri için kaybedilen satışlar ve kaybedilen indirimler nedeniyle firma performansı üzerinde finansman giderlerinin olumsuz etkilerinden kaçınmak için gerekli tedbirleri almaları önerilmektedir (Baños-Caballero, J.García-Teruel, ve Martínez-Solano, 2014).

2.3. Maliyet Kavramı

Maliyet ve gider kavramları karıştırılabilmektedir. Bir şeyin tüketiminin gider olarak muhasebeleştirilmesi için varlık ve hizmetin tükenmiş olması, tüketilmesi ile bir faydanın ortaya çıkması ve belirli bir dönem içinde tüketilmiş olması gerekmektedir. Bu şartların sağlanması durumunda yapılan tüketimin gider olarak kaydedilmektedir (Yeşil, 2018: 27-28).

Üretilen bir ürünün veya hizmetin ekonomik olarak bir maliyeti vardır. Ürünlerin maliyetlerinin tespit edilmesiyle maliyet muhasebesinin alanına girmektedir (Drury, 1992). Maliyet ürünün üretilmeden önce başlayarak ürünün tamamlanması ve müşteriye teslim edilmesine kadar geçen süreci kapsamaktadır. Maliyet bir ürün veya hizmetin üretilmesi için yapılan tüm parasal fedakarlıkların hepsidir. Maliyet bir ürünü veya hizmeti üretebilmek için yapılması gereken doğrudan ve dolaylı tüm harcamaların toplamıdır (Karancı, 2019: 12-13). Ürünlerin satış fiyatları satın alan kişiler için bir maliyetken, ürünü satanlar için maliyet ve karın toplamından oluşmaktadır. İşletmeler maliyetlerinin üzerinde bir fiyat belirleyerek hedefledikleri kara ulaşabilmeleri mümkündür. Dolayısıyla maliyet, satış fiyatının doğru tespitinde

önemli bir veri kaynağıdır. İşletmelerin rekabetçi piyasalarda faaliyetlerini sürdürebilmeleri için maliyetlerin doğru tespit edilmesi gerekmektedir. Fiyat işletmenin ürün veya hizmete belirlemiş olduğu değerdir. Dolayısıyla işletmeler hedefledikleri kara ulaşmaları için maliyetlerin doğru tespiti oldukça önemlidir (Cinoğlu, 2019: 4).

Maliyet bir şeyin üretimine dahil edilen harcamaların toplamını oluşturmaktadır. Maliyet bir ürün veya hizmeti üretebilmek için katlanılan diğer bir ifadeyle yapılan parasal harcamaların toplamıdır. Maliyet kavramı tüm işletmeler için aynı olup işletmelerin ürün veya hizmet üretmesine göre farklılık göstermemektedir (Rasim, 2004: 32-34). Sivil havacılık sektöründe olduğu üzere bazı sektörlerde düşük maliyet yönetimi stratejisi ile düşük maliyet liderliği sektörde önemli bir avantaj sağlayabilmektedir (Alamdari & Fagan, 2005: 377). İşletmeler bir ürün veya hizmeti satarken gerçekçi bir fiyat tespit edebilmesi için mutlaka maliyeti doğru belirlemesi gerekmektedir (Şencer, 2020: 12-13).

2.4. Maliyet Unsurları

Üretimin yapılabilmesi için üretimin maliyetine yüklenen temel giderler vardır. Bunlar direkt ilk madde ve malzeme, direkt işçilik giderleri ve genel üretim giderleridir (Avcı, 2014: 3-4). Bu kısımda maliyet unsurları olarak yukarıda ifade edilen üç gider açıklanmaktadır.

2.4.1. Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri

Direkt ilk madde ve malzemeler üretilen mamülün içine doğrudan girerek üretilen ürünün asıl hammaddesini oluşturan malzeme ve giderlerdir. Direkt ilk madde ve malzemeler (DİMM) kullanım miktarları ve tutarları bilindiğinden üretimde kullanılan maliyet tutarı kolaylıkla belirlenebilmektedir. Tekstil sektöründe faaliyet gösteren bir kumaş işletmesi için pamuk DİMM'e örnek olarak verilebilir. Mobilya sektöründe üretim yapan bir işletme için ahşap DİMM'e örnek olarak verilebilir (Tüfekçi, 2017: 29-30).

2.4.2. Direkt İşçilik Giderleri

Üretim işletmelerinin üretim sürecinde ürünün üretilmesi için işgücünden yararlanması gerekmektedir. İşçilik giderleri işletmelerin üretimde kullandıkları emeğin karşılığında ödenen giderleri ifade etmektedir. Direkt işçilik giderleri (DİG) ise üretim sürecinde fiili olarak çalışılan ve ürünün üretim sürecinde bir fiil katkısı olan işgücü maliyetini ifade etmektedir. Direkt işçilik giderleri esas üretim giderleriyle ilgili olduğundan üretilen mamul veya hizmete doğrudan yüklenen giderlerdir. DİG işçi çalışma saatleriyle ölçülebilen giderlerdir. İlgili dönemde üretilen mamul veya hizmetin maliyetine yüklenmektedir (Büyükepekci, 2004: 8).

2.4.3. Genel Üretim Giderleri

Genel üretim giderleri üretim sürecinde direkt ilk madde ve malzeme ile direkt işçilik giderlerinin dışındaki tüm giderleri kapsamaktadır. Direkt ilk madde ve malzeme giderleri dışında kullanılan madde ve malzemeler genel üretim giderleri kapsamında değerlendirilmektedir. Direkt işçilik dışında gerçekleşen iş gücü genel üretim giderleri kapsamında değerlendirilmektedir. Bu giderler direkt nitelikte olmadıkları ve doğrudan üretim maliyetlerine dağıtılamadığı için genel üretim giderleri kapsamında dağıtım anahtarları ile mamüllere dağıtılmaktadır (Avci, 2014: 4).

2.5. Maliyetlerin Sınıflandırılması

Maliyetler farklı kategorilere göre sınıflandırılarak incelenmektedir. Örneğin çeşitlerine göre maliyetler ilk madde ve malzeme giderleri, işçi ücret ve giderleri, memur ücret ve giderleri, vergi resim ve harçları, dışarıdan sağlanan fayda ve hizmetler, amortisman ve tükenme payları, diğer çeşitli giderler ve finansman giderleridir. İşletme fonksiyonlarına göre maliyetler satın alma, üretim giderleri, araştırma ve geliştirme giderleri, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, genel yönetim giderleri ve finansman giderleridir. Üretim hacmi ile ilişkisine göre maliyetlerde üçe ayrılmakta olup bunlar aşağıda verilmektedir (Yeşil, 2018: 30).

-Sabit maliyetler,

-Değişken maliyetler ve

-Karma Maliyetlerdir.

Bu kısımda maliyet türlerinden sabit maliyet, değişken maliyet ve karma maliyet açıklanmaktadır.

2.5.1. Sabit Maliyet

Sabit maliyet veya sabit gider işletmelerin belirli bir hesap dönemi içinde giderlerinin aynı olduğu ve herhangi bir şekilde üretim kapasitesinden etkilenmeyen giderlerdir. Bir giderin sabit gider olarak kabul edilmesi için belirli bir zaman diliminde üretim düzeyine bağlı olarak giderin değişmemesi gerekmektedir. Sabit gider işletmenin mevcut kapasitesini kullanıp kullanmamasına bağlı olarak katlandığı giderlerdir. Amortisman, fabrika binasının kirası gibi ödemeler sabit gider olarak ifade edilmektedir (Yeşil, 2018: 39-40).

Sabit giderler işletmelerin faaliyetlerini sürdürdükleri sürece katlandıkları giderlerdir. Çeşitli sebeplerden dolayı üretim yapılmaması durumunda da işletme sabit giderlerini ödemekle yükümlüdür. Örneğin fabrikanın çalışmasının durması üretimin olmaması durumunda fabrika kirasını ödemek durumundadır. Üretime bağlı olmayan elektrik, su, telefon gibi çeşitli giderler ile karşılaşmaktadır. Fabrikanın güvenliğini sağlayan personelin ücret ödemeleri olduğu üzere devlete ödenen vergilerde sabit maliyetlerdendir (Bhimani, Horngren, Datar, ve Rajan, 2015: 493). İşletmelerin sabit giderlerin yüksek olması ortalama birim maliyetinin yüksek olmasına neden olabilir.

2.5.2 Değişken Maliyet

Değişken giderler üretim miktarına bağlı olarak değişen giderlerdir. Üretim yapıldıkça tüketilen giderlerdir (Bhimani, Horngren, Datar, ve Rajan, 2015: 493). Üretim hacmine bağlı olarak gerçekleştikleri için üretim olmadığı dönemlerde bu giderden bahsetmek mümkün değildir. Değişken giderler üretime bağlı olarak gerçekleştikleri için toplam üretim hacmi arttıkça ortalama birim maliyet azalmaktadır. Bazen artan üretim kapasitesine bağlı olarak değişken giderler daha az oranda veya daha yüksek oranda artış gösterebilirler. Örneğin işletmenin yüksek tutarlı stok alışverişinde daha

yüksek oranda iskontodan yararlanması değişken giderin belirli bir oranda azalmasını sağlayabilir. Aksi bir durumda da üretimdeki artıştan daha yüksek oranda değişken gider artışıda olabilir. Genel olarak değişken giderler üretim hacmine paralel ilişki göstermektedir (Yeşil, 2018: 40-41).

2.5.3 Karma Maliyet

Karma maliyetler adında belirtildiği üzere hem sabit hemde değişken giderleri içeren giderlerdir. Yarı sabit giderler ve yarı değişken giderler karma maliyetlere örnek olarak verilebilir. Yarı sabit giderler işletmenin belirli bir üretim kapasitesinde sabit giderlerin aynı kalması farklı bir üretim düzeyine geçtiğinde giderlerin aniden yükseldiği gider türüdür. Yarı değişken giderler üretim hacmine bağlı olarak değişen giderler olup üretim olmadığında da sabit gider gibi katlanılan gider türüdür. Örneğin işletmeler üretim yapmadıkları zamanda fabrikadaki makinelerin bakım ve onarımlarının yapılması gerekmektedir. Bakım onarım giderleri üretim ile ilgili olması nedeniyle değişken bir giderdir. Ancak fabrika üretim yapmadığı zamanda giderin ortaya çıkması nedeniyle yarı değişken gider olarak ifade edilmektedir. Üretimin devam ettiği dönemde de söz konusu giderin gerçekleşme düzeyinin artması beklenmektedir. Çünkü üretimin artmasıyla makinelerin bozulma ihtimalide artmakta ve yapılan giderin tutarında da artış olabilmektedir (Yeşil, 2018: 43-44).

2.6. Maliyet Yönetimi

Maliyet yönetiminde maliyet sistemlerinden yararlanılmaktadır. Maliyet sistemi bir ürünün maliyetinin doğru olarak tespit edilebilmesinde gerekli olan tüm aşamaların bir sistem olarak tasarlanmasıdır. Üretim giderlerinin sınıflandırılarak gider yerlerine dağıtılması, stokların üretimde kullanılan miktara üretilen mamul maliyetine yüklenmesi, mamul maliyetlerinin hesaplanması için belge ve bilgilerden yararlanılarak oluşturulan maliyet sistemidir. Maliyet sistemi ile üretilen ürünlerin maliyeti izlenebilmekte ve kolaylıkla takibi yapılabilmektedir. Maliyet sistemleri maliyetlerin doğru ve hızlı bir şekilde hesaplanmasını sağlamaktadır (Faydalı, 2017). Maliyet sistemi işletmelerin maliyetlerini etkin bir şekilde yönetmesinde önemli katkı sağlamaktadır. Maliyet sistemlerinin çalışmasında muhasebe bilgi sistemlerinin önemli katkısı vardır (Hansen, Mowen, ve Heitger, 2006: 5). Muhasebe bilgi

sisteminden elde edilen veriler maliyet yönetim sistemiyle maliyet yönetiminde kullanılmaktadır.

Bu kısımda maliyet yönetiminin tanımı, maliyet yönetiminin yararları, maliyet yönetiminin amaçları ve maliyet yönetiminin ilkeleri açıklanmaktadır.

2.6.1. Maliyet Yönetiminin Tanımı

Maliyet yönetimi işletmelerin faaliyetlerinin raporlanmasında önemli bir role sahiptir. Maliyet yönetimi ile işletmeler finansal tablolarını düzenleyebilmektedir. Maliyet yönetim sistemi işletme yönetimi için gerekli muhasebe bilgilerini tedarik etmektedir. İşletmeler maliyet yönetimiyle finansal olan ve olmayan planları için gerekli veriyi temin edebilmektedir. Maliyet yönetimi işletmenin gelecek ile ilgili alacağı yatırım kararları içinde önemlidir. Maliyet yönetimi müşterilerin istekleri ve beklentileri doğrultusunda üretim yapabilmek içinde gereklidir. Maliyet yönetimi işletmelerin gelecekte üreteceği ürünlerin ve hizmetin kalitesinin artması içinde gerekli faaliyetlerin çabaların yürütülmesine imkân tanımaktadır (Ahmetoğulları, 2014: 23-24). Muhasebe bilgi sisteminden yararlanarak maliyet yönetimi ile ilgili kararlar alınmaktadır (Eldenburger, 1994). İşletmelerin maliyet yönetiminde etkin bir muhasebe bilgi sistemi kurması önerilmektedir.

2.6.2. Maliyet Yönetiminin Yararları

Maliyet yönetimi rekabetin sürekli arttığı küresel pazarlarda işletmelerin rekabet avantajı elde etmesi için oldukça önemlidir. Maliyet yönetimi işletmelere birçok fayda sağlamaktadır. Maliyet yönetiminin işletmelere sağladığı faydalardan bazıları aşağıda verilmektedir (Alkan, 2003: 11-12):

- Karar vermeye katkı sağlamaktadır.
- Yatırımların yönetilmesini kolaylaştırmaktadır.
- Farklı ürün üretme ve geliştirme felsefesini geliştirmektedir.
- Maliyet raporlaması yaparak yönetime gerekli bilgileri sunmaktadır.

- Yatırımlarda katma değeri olmayan ürün veya süreçlerin kaldırılmasını sağlamaktadır.
- Gelecek dönemlerde hedeflenen başarıyı yakalayabilmek için mamul yaşam eğrisi sürecinde maliyetlerin minimize edilmesine katkı sağlamaktadır.
- Maliyet yönetim sisteminde iç kontrol sisteminin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

2.6.3. Maliyet Yönetiminin Amaçları

İşletmelerin küresel pazarlarda maliyeti uygun, kaliteli ve rekabet edebilecek düzeyde ürün üretebilmek için gerekli bilgileri maliyet yönetim sistemi işletme yönetimi için tedarik etmektedir. Maliyet yönetiminin amaçları aşağıda verilmektedir (Alkan, 2003: 10-11):

- İşletmelerin sürdürdüğü faaliyetlerin maliyetlerinin belirlenmesi
- İşletmenin faaliyetlerinin etkinlik ve verimlilik düzeyinin incelenmesi
- İşletmenin gelecek dönemlerde planladığı yatırımlar için faaliyetlerini geliştirmeye yönelik uygulamaların yapılması
- Mamüllerin maliyetinin doğru tahmin edilmesi
- İşletmelerin faaliyet bölümlerinin performansının değerlendirilmesi
- Etkin bir maliyet yönetimi ile maliyetlerin azaltılması olarak ifade edilebilir.

2.7. Maliyet, Hacim ve Kar Analizi

Maliyet, hacim ve kar analizleri işletmelerin mevcut kaynaklar ile optimum düzeyde üretim yapabileceği çıktı düzeyi ile ilgilidir. Maliyet hacim kar analizleri arz ve talebi dikkate alarak işletmelerin maliyet ve karlılıklarını incelemektedir (Adar, Barnea, ve Lev, 1977, s. 137). Maliyet, hacim ve karlılık analizleri optimum düzeyde üretim

planlamasında ve bütçe oluşturmada önemli faydalar sağlamaktadır (Conine, 2013: 121). Maliyet ve karlılık analizleri yapılırken satış hacmi de hesaplama dâhil edilmektedir. Hacim ile kastedilen işletmelerin toplam satış gelirleri diğer bir ifadeyle satışların toplam tutarına hacim denilmektedir. Maliyet ve hacim arasındaki ilişkiyi inceleyen yöntemler aşağıda verilmektedir (Merdane, 2019):

- Analitik Yöntem,
- Muhasebe Yöntemi ve
- Matematiksel ve İstatistiksel Yöntemler.

Maliyet ve karlılık analizlerinin anlaşılabilmesi için bu kısımda analitik, muhasebe ve matematiksel ve istatistiksel yöntemler kısaca açıklanmaktadır.

2.7.1. Analitik Yöntem

Analitik yöntem mühendislik yöntemi olarakta bilinmektedir. Analitik yöntem ile giderler ile hacim arasındaki analiz iki aşamalı olarak belirlenmektedir. İlk madde ve malzeme, işçilik giderleri gibi giderleri teker teker inceleyerek bu giderler ile iş hacmi veya belirli zaman dilimleri arasında veya sabit giderler ile arasındaki fiziksel bağlantılar kurulması ilk aşamayı oluşturmaktadır. İkinci aşamada ise kullanılan madde ve malzemelerin birim fiyatlarından yararlanılarak parasal bağlantılara dönüştürülmektedir. Bu yöntem de geçmiş dönem gözlemlerinden yararlanılarak ilk maddenin ne kadar kullanılacağı, kaç saat işçilik gerektiği, makinenin kaç saat çalışacağı, ne kadar enerji üreteceği gibi önceden saptanan ilişkiler araştırılarak üretim miktarı ile fiziksel bağlantılar kurulmaktadır. Fiziksel bağlantılar kurulduktan sonra gider-hacim ilişkisine dönüştürülerek maliyet fonksiyonu belirlenmektedir. Bu yöntemde fiziksel bağlantılar genellikle mühendisler tarafından belirlendiği için mühendislik yöntemi olarak ifade edilmektedir (Büyükmirza, 2013: 368).

2.7.2. Muhasebe Yöntemi

Muhasebe yöntemi geçmiş dönem verilerinden yararlanmaktadır. Tarihi veriler kullanılarak işletmenin Genel Üretim Giderleri (GÜG) sabit veya değişken gider

olarak ayrılmaktadır. Giderlerin ayırma işlemleri tamamlandıktan sonra değişken giderler için faaliyet hacmi başına değişme oranı belirlenmektedir. Aynı işlem sabit giderler içinde yapılarak, sabit giderlerin tümü gider olarak gider fonksiyonunda yazılmaktadır. Böylece işletmenin muhasebe yöntemine göre maliyet fonksiyonu belirlenmiş olmaktadır. Hesaplama belirli dönem içindeki toplam maliyetler dikkate alınmakta ve maliyet fonksiyonu oluşturulmaktadır. Veriler yıllık ise aylık olarak hesaplama yapmak için 12'ye bölmek gerekmektedir (Merdane, 2019: 31-34).

2.7.3. Matematiksel ve İstatistiksel Yöntemler

İstatistiksel yöntemler ile geçmiş dönem verilerinden yararlanarak gelecek ile ilgili öngöründe bulunmaktadır. Matematiksel ve istatistiksel yöntemlerde bazı gider hesapları yarı sabit gider veya yarı değişken gider olarak ayrılmaktadır. En küçük kareler yöntemi, yarı ortalamalar yöntemi, en düşük ve en yüksek hacimler tekniği ve grafik tekniği gibi farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemlerde geçmiş döneme ait giderler ve satış hacimleri grafik üzerinde gösterilmektedir. En düşük ve en yüksek hacimlerdeki tutarlar baz alınabilmektedir. En yüksek ve en düşük hacimlerin olduğu dönemlerin ortalamaları alınarak denklemler oluşturulabilmektedir. Bağımlı ve bağımsız değişken olarak regresyon analizi yapılarak en küçük kareler yöntemiyle istatistiksel tahminler yapılabilmektedir (Merdane, 2019: 34-35).

2.8. Kar ve Karlılık Kavramları

İşletmeler her ne kadar farklı amaçlar için kurulmuş olsalarda en önemli amaçlarından biri kar etmektir (Okka, 2018). Kar bir işletmenin gelir tablosundaki tüm gelirlerinden giderlerinin çıkarılması sonucunda geriye kalan olumlu farktır. Kar etmek işletmeler için tek başına yeterli değildir. Kar ile ifade edilen kavram oldukça sınırlı olup paranın zaman değerinin ve nakit akışlarının dikkate alınması gerekmektedir (Ercan ve Ban, 2012). Karı etkileyen birçok unsur olup onların da etkin yönetilmesi gerekmektedir. Örneğin işletmelerin stok yönetim politikaları işletmenin karı üzerinde etkili olabilmektedir (Banerjee ve Meitei, 2010).

Kar ve karlılık kavramı birbirinden farklıdır. Kar ile ifade edilen kavram hangi kardır? Brüt satış karı, net kar gibi birçok kar tanımı vardır. Bu nedenle işletmenin kar ile asıl

amacı hangi kardan bahsedildiği bilinmediği için açık ve net değildir. Karlılık bir orandır. Örneğin aktif karlılık oranı işletmelerin varlıkları başına ne kadar net kar elde ettiğini göstermektedir. Karlılık ölçülmek istenilen hesaplara göre farklı hesaplanmaktadır. Karlılık oranları gelir tablosu ve bilanço hesaplarından yararlanılarak hesaplanmaktadır (Karapınar ve Zaif, 2016: 309-310).

Bir girişimci yatırım yapmak amacıyla tedarik ettiği sermayesi için ödediği bedel faizdir. Girişimci üretim yapabilmek için işçi çalıştırmakta ve onlara emeklerinin karşılığında ücret ödemektedir. Üretimde doğal kaynak kullanımının getiri ise ranttır. Girişimci aldığı risk karşılığında üretimde koştugu tüm faktörler sonucunda elde ettiği getiri ise kardır. Üretim yapılırken kullanılan varlıkların satılması sonucunda elde edilen olumlu fark ise üretim karıdır (Eser, 2009: 95).

Literatürde maliyet ve karlılıkların incelenmesiyle ilgili farklı bir terimde müşteri karlılık analizidir. Müşteri karlılık analizi karın artmasını etkileyici bir faktör olarak düşünülebilir (Gül, 2018). İşletmeler müşterileri için karlılık analizi yaparak satışlarını ve karlılığını artırabilir (Kefe, 2017). Stratejik pazarlama planlarının oluşturulması da müşterilerin bireysel olarak karlılıklarının incelenmesinin yararlı olacağı ifade edilmektedir (Raaij, 2005). İşletmeler kar ederken, elde ettiği karın işletmenin ortaklarına diğer bir ifadeyle yatırımcılara nasıl dağıtılacağına kar paylaşım oranının da düşünülmesi gerekmektedir. Kar etmek işletmeyi motive eden bir faktör olarak düşünülebilir. Dolayısıyla karlılıkların yatırımcılar açısından da değerlendirilmesi gerekmektedir (FitzRoy ve Kraft, 1986: 113).

İşletmeler gelecek dönemlerde faaliyetlerini planlarken, kar elde edecekleri faaliyetleri önceden belirlemeleri gerekmektedir. Stratejik yönetim planları hazırlanırken işletmenin gelecek ile ilgili proforma finansal tablolar, bütçeler veya stratejik planlarında karlılık analizi dikkate alınarak hazırlanması gerektiği düşünülmektedir.

2.9. Karlılık Analizi

İşletmeler faaliyetlerini sürdürürken rakip işletmelerin fiyat politikalarını da takip etmektedir. Rekabetin yoğun olduğu sektörlerde rakiplerin fiyat politikaların takip edilmesi fiyatların doğru ve rekabetçi düzeyde tespit edilmesi için önem arz

etmektedir. İşletmeler mevcut durumunu korumak ve gelecekte istediği hedeflere ulaşabilmek için kar planlaması yapması gerekmektedir. Bu amaç ile işletmeler maliyetlerini belirleyerek muhtemel satış hacimlerini tahmin ederler. Satış hacimlerinin doğru tespit edilmesi ile kar potansiyeli belirlenebilmektedir (Çelik, 2019: 59). Karın doğru tespit edilmesi ve karın değerlendirilmesi için karlılık analizlerinin yapılması gerekmektedir. Karlılık oranları ile sermayenin etkin kullanılma durumu da incelenmektedir (Yu, 2016). İşletmeler sadece sermaye değil yabancı kaynaklardan da yararlanmaktadır. Dolayısıyla kullanılan kredilerinde işletmenin karlılığına ve değerine etkisinin olup olmadığının incelenmesi gerekmektedir (Martínez-Sola, García-Teruel, ve Martínez-Solano, 2014). İşletmenin varlıklarını etkin kullanma durumu incelenebileceği gibi işletmenin özkaynaklarını verimli kullanılıp kullanılmadığının tespiti içinde özsermaye karlılık oranı kullanılmaktadır (Banerjee & Meitei, 2010). Karlılık oranları borsa da işlem gören işletmelerin hisse senetlerinin performanslarının ve hisse senedinin değerinin değerlendirilmesinde kullanılabilmektedir (Beaver, 1968).

İşletmeler bir ürün veya hizmetin fiyatını belirlerken karlılık analizi yöntemlerinden yararlanabilmektedir. Karlılık analizleri sadece ürün veya hizmet bazında yapılmamaktadır. Karlılık analizleri işletmelerin faaliyet gösterdikleri ülkelerin pazar ve piyasa koşullarına göre değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin işletmelerin faaliyet gösterdikleri pazarlardaki müşteri segmentleri dikkate alınarak yapılabilmektedir. Karlılık analizinde kullanılan araçlar aşağıda verilmektedir (Apak, 2018: 24):

- Mamul / Hizmet karlılık analizi,
- Karar vermede ilgili maliyetleme ve
- Başabaş noktası analizi.

Bu kısımda literatürde en çok kullanılan ve yukarıda verilen karlılık analizi yöntemleri açıklanmaktadır.

2.9.1. Mamul/Hizmet Karlılık Analizi

İşletmeler de üretim kaynaklarının verimli şekilde kullanılması gerekmektedir. Üretim kaynaklarının kıt olmasından dolayı onların verimli ve optimum şekilde kullanılması gerekmektedir. İşletmelerin faaliyetlerini sürdürmeleri açısından maliyetlerin kısılmasıyla israf engellenebilmektedir. Maliyetlerini azaltarak kontrol altında tutmak işletmenin karını artırabilmektedir. Mamul / hizmet karlılık analizi işletmenin ürettiği ürün veya hizmetin en optimum maliyet ile sunulması sonucunda işletmenin karını ve karlılığını artırması beklenmektedir. Üretim tesislerinde veya hizmet işletmelerinde maliyetlerin minimize edilerek üretimin programlanması veya hizmetin sunulması gerekmektedir. Böylece üretim ve hizmet işletmeleri mamul veya hizmeti veya ilgili segmentin analizleri yaparak karlılık durumlarını değerlendirebilmektedir (Apak, 2018).

2.9.2. Karar Vermede İlgili Maliyetleme

İşletmeler faaliyetleriyle ilgili sürekli karar verme sürecindedir. Karar verme işlemleri işletmelerin günlük işlemleriyle ilgili olabileceği gibi gelecek ile ilgili alınacak finansal nitelikteki işlemleri de ilgilendirmektedir. İşletmelerin gelecek ile ilgili gerek yatırım kararlarında gerekse finansal kararlarında maliyet oldukça önem arz etmektedir. İşletmeler üretim aşamasında veya satış fiyatı belirlerken maliyetleri doğru tespit etmesi gerekmektedir. Maliyet işletmeler için önemli bir fiyat belirleme kistasıdır. Maliyetlerin düşük olması işletmelerin fiyat politikasında daha esnek davranmasını sağlamaktadır. İşletmeler yatırım kararı alırken, üretim bütçesi hazırlarken veya yeni bir duran varlık satın alırken maliyetlerine ve elde edecekleri gelirleri dikkate alarak karar vermektedirler (Apak, 2018). Stok değerlendirme maliyetinde, karar verme maliyetinde ve kontrol etmekte maliyetleme oldukça önemlidir (Drury, 1992). Maliyet, işletmelerin karar vermelerinde kullandıkları önemli bir bilgi kaynağıdır. İşletmeler karlılık analizi yaparken fiyat tespitinde karar verme maliyetini dikkate almaları önerilmektedir.

2.9.3. Başabaş Noktası Analizi

Başabaş noktası gelir ve giderlerin birbirine eşit olduğu noktadır. İşletmeler başabaş noktasında ne zarar ne de kar ederler. Bu nokta işletmelerin ne kadar üretim yapmaları

ile giderlerini karşılayabilecekleri noktayı göstermektedir. Diğer bir ifadeyle başabaş noktası işletmelerin kara geçtiği üretim hacmini ve tutarını göstermektedir. Kara geçiş noktası olarakta literatürde ifade edilmektedir. Dolayısıyla başabaş noktası analizleri işletmelerin giderlerini karşıladıkları toplam üretim hacmini görmeleri hususunda önemli bir bilgi kaynağıdır. İşletmelerin karar vermelerinde sıkça kullandıkları bir analizdir (Singh ve Deshpande, 1982: 123).

İşletmeler başabaş noktasına geldikten sonra yapacakları her ilave satış işletmeye kar olarak dönmektedir. Başabaş noktası analizleri işletmelerin giderlerinin sabit ve değişken gider olarak üretim düzeyine bağlı olarak nasıl gerçekleştiğini göstermesi açısından önemli bir veri kaynağıdır. Sabit giderleri yüksek olan işletmeler için önemli bir analizdir. İşletmeler başabaş analizi ile faaliyet hacmi ile gelirleri arasındaki ilişki inceleyerek hedefledikleri kar düzeyine ulaşacak fiyat düzeyini belirlenmesinde önemli bir bilgi kaynağıdır (Çetin, 2012: 65-67).

2.10. Finansal Tablolar ve Finansal Analiz

Maliyet ve karlılık analizlerinin yapılabilmesi için muhasebe bilgi sisteminden çeşitli verilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle işletmelerin finansal bilgilerine erişmek mümkün olmadığı için finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılabilecek analizler araştırıldığında, finansal tablo bilgilerinden yararlanılarak finansal tablolar analiz teknikleri kullanılarak finansal analizin yapılmasının mümkün olduğu tespit edilmektedir. Çalışmanın uygulamasında da finansal analiz yöntemlerinden yararlanılarak işletmelerin maliyet ve karlılıkları değerlendirilmektedir. Bu nedenle bu kısımda ilk olarak finansal tablolar açıklanmaktadır. Finansal tablolar açıklandıktan sonra finansal analize yer verilmektedir.

2.10.1 Finansal Tablolar

İşletmelerin gün içinde gerçekleştirdiği finansal nitelikteki işletmeleri muhasebe bilgi sistemi kaydederek önceden belirlenmiş formatlarda çeşitli usullere göre hazırlanarak kullanıcılara sunulmaktadır. İşletmelerin muhasebe bilgi sisteminden elde ettiği veriler muhasebe sisteminde özetlenerek finansal tablolar halinde finansal bilgi kullanıcılarına sunulmaktadır. İşletme ile ilgili bilgi sahibi olmak isteyenlere veya

işletme ile ilgili karar verici durumda olanlara işletmenin finansal durumu, likiditesi, sermayesi, nakit akımları gibi işletme ile ilgili temel finansal bilgileri sunmak amacıyla finansal tablolar hazırlanmaktadır. Dolayısıyla finansal tablolar işletme hakkında alınacak kararlar gerekli bilgileri sunmak, gelecek yıllardaki nakit akışlarının değerlendirilmesi için gerekli bilgileri sunmak ve işletmenin varlıkları ve kaynaklarında ki değişimi inceleyerek faaliyetleri hakkında bilgi vermek amacıyla hazırlanmaktadır (Tetik, 2018: 3).

2.10.1.1 Finansal Tabloların Nitelikleri

Finansal tablolar işletmeyle ilgili önemli bilgileri verecekleri için bazı niteliklere sahip olmaları gerekmektedir. TMS finansal tabloların sahip olması gereken nitelikleri açıklamaktadır. TMS kavramsal çerçevesinde finansal tabloların taşıması gereken nitelikler aşağıda verilmektedir (Tetik, 2018: 4-5):

- İhtiyaca Uygun Olma: Finansal tabloları hazırlayanlar finansal tablo kullanıcılarının ihtiyaçlarına uygun şekilde hazırlanmış olmasını ifade etmektedir. Kullanıcılar işletmenin geçmiş dönemleri ile cari dönemlerini inceleyebilmeli ve gelecek dönemler ile ilgili değerlendirmelerde yardımcı olabilmelidir (Tetik, 2018: 4-5).

- Güvenilir Olma: Finansal tabloların güvenilir olması gerektiğini ifade etmektedir. Finansal tablolar düzenlenirken gerçeği yansıtmalı ve yanlış veya çarpıtıcı ifadelerden kaçınılmalıdır (Tetik, 2018: 4-5).

- Anlaşılır Olma: Finansal tabloların anlaşılabilir olmasını ifade etmektedir. Finansal tablolar kullanıcıları tarafından kolayca anlaşılabilmelidir (Tetik, 2018: 4-5).

- Karşılaştırılabilir Olma: Finansal tablo kullanıcıları işletmenin cari dönem faaliyetlerini geçmiş dönem ile karşılaştırabilmesine imkan verecek şekilde düzenlenmesi ve sunulmasıdır. Kullanıcılar işletmenin rakipleri ile finansal tablolarını karşılaştırabilmesine imkan vermelidir (Tetik, 2018: 4-5).

- Önemli Olma: Finansal tablolardaki eksik veya hatalı bir bilginin kullanıcıların alacakları kararları olumsuz yönde etkilemesi durumunda finansal bilgilerin önemli

olduğu düşünülmektedir. Finansal tablolarda kullanıcıların kararlarını etkileyecek tüm bilgilere yer verilmelidir (Tetik, 2018: 4-5).

2.10.1.2. Tek Düzen Muhasebe Sistemine Göre Finansal Tablolar

Ülkemizde muhasebe sisteminde her işletme muhasebe kayıtlarını ve finansal tablolarını kendi belirledikleri kurallara göre düzenlemekteydi. İşletmelerin muhasebe sistemleri arasında farklılık vardı. 1994 yılında Muhasebe Sistemi Genel Tebliği ile Türkiye’de muhasebe kayıtları ve finansal tablolar tek bir sisteme göre düzenlenmeye başlamış ve ortak bir sistem oluşturulmuştur (Tetik, 2018, s. 5-6). Böylece 1994 yılından itibaren Tek Düzen Muhasebe Sistemi (TDMS) göre finansal tablolar düzenlemekte ve hazırlanmaktadır.

TDMS’ne göre finansal tablolar temel ve ek finansal tablolar olarak iki başlık altında düzenlenmektedir (Filiz, 2019, s. 6):

Temel finansal tablolar aşağıda verilmektedir (Bayri, 2010) :

-Bilanço ve

-Gelir Tablosudur.

Ek finansal tablolar aşağıda verilmektedir (Dayı, 2013):

- Nakit Akım Tablosu

- Özkaynak Değişim Tablosu

- Fon Akım Tablosu

- Satışların Maliyeti Tablosu

- Kar Dağıtım Tablosu ve

- Net Çalışma Sermayesi Değişim Tablosudur.

2.10.1.3. Türkiye Muhasebe Standartları ve Türkiye Finansal Raporlama Standartlarına Göre Finansal Tablolar

Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) ile Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TFRS) Kamu Gözetim, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) tarafından yayınlanmaktadır. İşletmeler büyüklüklerine göre vergi mevzuatlarına göre hazırladıkları finansal tabloların yanısıra TMS/TFRS'e göre de finansal tablolarını düzenlemek zorundadırlar. TMS/TFRS esasına göre finansal tablolarını düzenlemek ve sunmak zorunda olan işletmelerin hangi finansal tabloları hazırlayacağı Finansal Tabloların Sunuluşu Standardı'nda (TMS 1) belirtilmiştir. TMS 1'e göre işletmelerin ilgili dönemlere ait hazırlaması gereken tam bir finansal tablolar seti aşağıda verilmektedir (Erturan, 2019: 39-40):

- Finansal durum tablosu
- Kar/Zarar veya Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu
- Özkaynak Değişim Tablosu
- Nakit Akış Tablosu ve
- Muhasebe politikası ile ilgili olan dipnotlar ve açıklayıcı diğer notlar.

Bu kısımda TMS 1' göre finansal tabloların sunuluşu ile ilgili tam set olarak ifade edilen tablolardan finansal durum tablosu, kar/zarar veya diğer kapsamlı gelir tablosu, özkaynaklar değişim tablosu ve nakit akış tablosu açıklanmaktadır.

2.10.1.3.1. Finansal Durum Tablosu

Finansal durum tablosu diğer bir ifadeyle bilanço, belirli bir tarihte bir işletmenin sahip olduğu varlıklar ile bu varlıkları finanse etmek için kullandığı kaynakları gösteren finansal tabloya denilmektedir. Bilanço kavramı TMS/TFRS ile birlikte uluslararası literatürde tek düzen olması amacıyla finansal durum tablosu olarak değiştirilmiştir. Ancak ülkemizde işletmelerin çoğunluğu bilanço kavramını kullanmayı tercih

etmektedir. Çünkü TMS/TFRS'e göre finansal tablo düzenleyen işletmelerin sayısı oldukça az olup vergi ve ticaret kanunlarında halen bilanço ifadesi geçmektedir. Finansal durum tablosu diğer bir ifadeyle bilanço varlıklara, kaynaklara ve özkaynaklara ilişkin ilkeler ile açıklanmaktadır. Bilanço likidite esasına göre düzenlenmektedir. Varlıklar, likidite dönüşme hızına göre bilançoda yer almaktadır. Normal bir faaliyet döneminde bir yıldan daha az sürede nakde dönüşen varlıklar dönen varlıklarda; bir yıldan daha uzun sürede nakde dönüşen varlıklar ise duran varlıklarda izlenmektedir. Aynı kural kaynaklar içinde geçerli olup bir yıldan daha kısa sürede nakde dönüşen borçlara kısa vadeli yabancı kaynaklar hesabında izlenmektedir. Bir yıldan daha uzun sürede ödenen borçlar uzun vadeli yabancı kaynaklar hesabında izlenmektedir. Özkaynaklarda uzun vadeli yabancı kaynaklardan sonra kaynaklar hesabında yer almaktadır (Karapınar ve Zaif, 2016: 137-138).

2.10.1.3.2. Kar/Zarar veya Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu

Gelir tablosu işletmelerin belirli bir dönemde elde ettiği gelirleri, bu gelirleri elde etmek için yaptığı giderleri ve gelir ve gidere ilişkin dönem net karını veya zararını gösteren finansal tabloya gelir tablosu denilmektedir. Gelir tablosu işletmelerin hasıtlarını ve hasılatlarını yaparken katlandığı giderleri sistematik bir şekilde sunan finansal bir tablodur. Gelir tablosunda işletmenin satışlarından elde ettiği gelir hasılat hesabında gösterilmektedir. İşletmenin satışlarını yapmak için katlandığı maliyet satışların maliyeti hesabında gösterilmektedir. Genel yönetim giderleri, pazarlama satış ve dağıtım giderleri ve araştırma ve geliştirme giderleri, finansman giderleri gibi işletmenin yaptığı giderler gelir tablosunda ayrı ayrı gösterilmektedir. Gelir tablosunda karlar; brüt satış karı, faaliyet karı ve dönem net karı/zararı olmak üzere üç farklı bölümde hesaplanmaktadır. Gelir tablosu işletmelerin gelir ve giderlerinin incelenmesi açısından oldukça önemlidir. İşletmelerin karı ve karlılığı hakkında yatırımcılara bilgi vermektedir. Gelir tablosu karın oluşumu hakkında bilançodan daha kapsamlı bilgi vermektedir (Cebeci, 2014: 6-7).

2.10.1.3.3. Özkaynaklar Değişim Tablosu

Özkaynaklar işletmenin ortakları tarafından işletmeye konulan kaynaklardır. Özkaynaklar işletmenin varlığını devam ettirmesi için oldukça önemlidir. Özkaynaklar

borç alınıp ödenemediğinde işletmenin alacaklılara vereceği bir teminat olarak düşünülebilir. İşletmenin tasfiyesinde de tüm borçlar ödendikten sonra kalan bakiye ortaklara dağıtılmaktadır. Özkaynaklar işletmenin zarar etmesi durumunda bir güvencesidir. Kredi veren finansal kuruluşlar içinde bir güvence olarak düşünülmektedir. Özkaynaklar işletmenin borçlanabilme kabiliyetinin değerlendirilmesinde de önemlidir. Bu nedenle işletmeler özkaynaklarının değişimlerini incelemek isteyebilir. Özkaynaklar değişim tablosu belirli bir dönem için işletmenin özkaynaklarındaki hareketleri görmek ve değişimlerin incelenmek amacıyla düzenlenen finansal tablodur. Özkaynaklar değişim tablosu iki dönemin verileri karşılaştırılarak incelenmektedir. Özkaynak hesapları ayrı ayrı yazılarak hangi hesapta ne kadar bir değişim olduğu tespit edilmektedir. Özkaynaklar değişim tablosu, ödenmiş sermaye, sermaye yedekleri, kar yedekleri, geçmiş yıllar karları/zararları dönem net karı ve özkaynaklar toplamı alt başlıklarından oluşmaktadır (Tekin, 2017: 16-17).

2.10.1.3.4. Nakit Akış Tablosu

Nakit akış tablosu işletmenin belirli bir dönem boyunca işletmenin nakit giriş ve çıkışlarını gösteren, nakit giriş ve çıkışlarının nereden elde edildiğini ve nerede kullanıldığını açıklayan finansal tablodur. İşletme, yatırım ve finansman faaliyetleri kapsamında nakit akış tablosu düzenlenmektedir. İşletme faaliyetleri, işletmenin gelir oluşturan ancak yatırım ve finansman faaliyetleri dışındaki diğer faaliyetlerden elde ettiği nakit giriş ve çıkışlarıdır. Yatırım kapsamındaki faaliyetler işletmenin duran varlıkları ve nakit olarak değerlendirilmeyen yatırım faaliyetlerine ait nakit giriş ve çıkışlarını ifade etmektedir. Finansman faaliyetleri işletmenin borçları ile özkaynaklarındaki değişiklikten kaynaklanan nakit akışlarıdır (Kılınç, 2018: 45-46). Nakit akış tablosu üç faaliyetin sistematik bir şekilde düzenlendiği ve dönem başı ve dönem sonu nakit mevcudunun gösterildiği bir finansal tablodur.

2.10.2. Finansal Analiz

İşletmelerin finansal performanslarını ölçmek için finansal durumlarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Finansal analiz işletmenin bir faaliyet döneminde ne kadar satış yaptığını, ne kadar maliyeti ve gideri olduğunu, ne kadar kar ettiğini,

varlıklarındaki ve kaynaklarındaki değişimin incelenmesini sağlamaktadır. Finansal analiz maliyet analizinden daha geniş kapsamlı olup işletmeyi bütün olarak ilgilendirmektedir. İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için kar etmeleri gerekmektedir. Karın sürdürülebilirliği ve işletmenin değerini yükseltmesi için finansal analizin yapılması oldukça önemlidir (Gögebakan, 2019: 3).

Finansal analiz işletmelerin finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılmaktadır. Finansal analizin yapılmasıyla işletmenin mevcut durumu hakkında bilgi edinilmektedir. Finansal analizde işletmenin varlıkları, kaynakları ve gelir gider gibi temel finansal bilgileri analiz edilmektedir (Palaz, 2018: 50). İşletmelerin finansal durumları, kar ve zararları finansal tabloların analiz edilmesiyle değerlendirilmektedir (Allyn, 1944: 187). Finansal analiz finansal tablolardaki sayısal verilerin çeşitli teknikler ile analiz edilmesini sağlamaktadır. Finansal analiz işletmelerin finansal durumunu değerlendirerek, işletmenin finansal sıkıntı yaşadığı konularda gerekli önerilerde bulunarak, gelecek ile ilgili planlama ve değerlendirmelerde işletmenin ve kamunun aydınlatılmasını sağlamaktadır. Finansal analiz olmadan finansal kontrol ve planlama yapılamamaktadır (Günaydın, 2020: 36).

Finansal analiz ile işletme hakkında çeşitli bilgiler edinilmektedir. Bunlardan bazıları aşağıda verilmektedir (Sağıroğlu, 2019: 21).

- İşletmenin varlıklarını ve kaynaklarının dağılımı
- İşletmelerin varlıklarını verimli kullanma düzeyleri
- İşletmelerin kaynaklarının dağılımı ve finansal risk düzeyleri
- İşletmelerin borçlarını ödeme gücü
- İşletmenin karlılık düzeyi
- İşletmenin hedeflerine ulaşma düzeyi ve
- İşletmenin çalışma sermayesini etkin kullanıp kullanmadığıdır.

Finansal analiz işletmelerin finansal performanslarını incelemek için yardımcı olduğu gibi yatırımcılara alacakları kararlarda gerekli bilgiyi sunmaktadır. Yatırımcıların yatırım kararları almadan önce işletmenin finansal durumunu incelemek ve yatırım kararını vermek için finansal analiz yaparlar (Abarbanell ve Bushee, 1997: 1). Finansal analiz işletmeye kredi veren kuruluşlar tarafından finansal durumu değerlendirmek amacıyla da yapılabilmektedir. Yatırımcılar açısından işletmeye yatırım yapılabilirlik durumunu değerlendirmek amacıyla yapılmaktadır. İşletme yönetimi işletmenin finansal durumunu tespit etmek ve finansal başarısını değerlendirmek için finansal analiz yapabilmektedir (Tekin, 2017: 25).

2.10.2.1. Finansal Analizin Amacı

Finansal analiz, finansal bilgilerin çeşitli yöntemlerle analiz edilmesidir. Finansal bilgi yatırımcılar, kredi verenler, yöneticiler vb. kişi veya kurumlar için önemlidir. Hatta finansal bilgi devletin vergi gelirlerinin belirlenmesi içinde önem arz etmektedir (Woelfel, 1987). Finansal bilgiler finansal analiz yöntemleri kullanılarak analiz yapanlar için anlamlı bir veriye dönüşmektedir. Finansal analiz, işletmelerin finansal durumları incelenerek finansal performanslarının tespit edilmesinde kullanılmaktadır. Finansal analiz işletmelerin performansının değerlendirilmesi için oldukça önemlidir (Dayı, 2013: 96-97). İşletmenin finansal performansı beklenildiği gibi olmayabilir. İşletmenin başarılı bir dönem geçirip geçirmediği ancak finansal analiz yapılarak tespit edilebilir. İşletmelerin finansal performansının değerlendirilmesi yatırımcılar açısından olabileceği gibi işletme yönetimi tarafından da istenilebilir. İşletme yönetimi açısından finansal analizin amacı işletmenin finansal durumunun ortaya çıkararak işletmenin başarısını artıracak tedbirler almaktır. Yatırımcılar açısından finansal analizin amacı ise işletmenin yatırım yapılacak finansal performansa sahip olup olmadığının incelenmesidir. Finansal analiz ile işletmenin karı ve karlılığı ve işletmenin değerinin olması gerekenden düşük mü yoksa yüksek mi olduğu değerlendirilmektedir (Abarbanell ve Bushee, 1997).

İşletmenin finansal analizin yapılmasındaki bir amaç işletmeye kredi veren kurumların işletmenin finansal performansının yeterliliğini tespit etmektir. Finansal analizin bir diğer amacı ise işletmelerin yeni yatırımları finanse etmek için gerekli finansman

kaynaklarının durumunu tespit etmektir (Galati ve Williams, 2013). İşletmelerin mevcut varlıkların yeterliliği ve çeşitliliği incelenerek yeni varlık yatırımları için ihtiyaç duyulan kaynakların yapısı ve tutarı belirlenebilmektedir.

2.10.2.2 Finansal Analiz Türleri

Finansal analiz, analizden yararlanan kişiye, analizin kapsamına ve yapılma amacına göre 3 başlık altında incelenmektedir. Analizden yararlanacak kişiler açısından yapılan analiz iç analiz ve dış analiz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Analizin kapsamına göre finansal analiz, statik analiz ve dinamik analiz olarak ikiye ayrılmaktadır. Analizin yapılma amacına göre, yönetim, kredi ve yatırım analizi olarak üçe ayrılmaktadır (Altun, 2016:53-54).

İşletme içindeki muhasebeci, yönetici gibi çalışanların yaptığı analize iç analiz denilmektedir. İç analizde analizi yapan işletmeyle ilgili her türlü bilgiye kolaylıkla erişebilmektedir. İç analizde analizi yapan kişi tarafsız olamayacağı düşünülebilir. Bu nedenle işletme dışından kişi veya kuruluşlarca finansal analiz yapılmasına dış analiz denilmektedir. Bankalar, kamu idareleri gibi kurumlar işletmenin finansal durumunu incelemek için dış analiz yapabilmektedir. Dış analizde analizi yapan işletmenin dışından olduğundan tarafsız olduğu düşünülmektedir. Ancak bu analizde işletme içindeki tüm bilgilere erişilemediğinden iç analiz kadar kapsamlı olmayabilir (Sarp, 2018: 21-22).

Analizin kapsamı açısından ayırım yapıldığında statik ve dinamik analiz olarak ikiye ayrılmaktadır. İşletmenin sadece bir yılına ait veriler kullanılarak analiz yapılıyorsa statik analiz olarak ifade edilmektedir. İşletmenin birden fazla hesap dönemine ilişkin analiz yapılıyorsa dinamik analizden bahsedilmektedir. Statik analiz tek bir yıla ait olduğu için işletmenin o yıla ait finansal durumu incelenmektedir. Dinamik analizde ise birden fazla dönem verisi diğer bir ifadeyle geçmiş döneme ait finansal tablo verileri karşılaştırıldığından işletmenin finansal performansının incelenerek olumlu veya olumsuz eğilimlerinin değerlendirilmesinde kapsamlı bilgi sağlamaktadır (Erturan, 2019: 51).

İşletmeler mevcut faaliyetlerini geliştirmek ve yeni yatırım fırsatlarını değerlendirmek için yatırım analizi yapmaktadır. Mevcut nakit fazlasını değerlendirmek finansal bir yatırım olarak değerlendirilebileceği gibi yeni bir duran varlık satın alınması da işletmenin kapasitesini artırmak için yapacağı bir yatırımdır. Yatırım yapabilmek için mevcut durumu değerlendirmek gerekmektedir. İşletmenin yaptığı yatırımların incelenmesi hedeflerle karşılaştırılması yatırımın verimliliği işletmenin yatırım performansı için oldukça önemlidir. İşletmelerin finansal risk durumunu değerlendirmek için kredi analizi yapılabilir. İşletmenin likidite düzeyi ve borç ödeme yeterliliği hakkında kredi analizi yapmak gerekebilmektedir. İşletme yönetimi işletmenin kuruluşundan itibaren işletmenin finansal durumunu değerlendirmek için sürekli analizler ve planlamalar yapmaktadır. İşletmenin hedeflerine ulaşma düzeyi, işletmenin mevcut durumunun nereye gittiği gibi çeşitli faktörler açısından incelenmesi yönetim analizi olarak ifade edilmektedir. İşletmenin rakipleriyle olan rekabet düzeyi de bu şekilde karşılaştırılmış olmaktadır (Karapınar ve Zaif, 2016: 71-74).

2.10.2.3 Finansal Analiz Teknikleri

Belirli düzenlerde hazırlanan finansal tabloların çeşitli göstergeler kullanılarak karşılaştırma yapılarak analiz edilmekte; işletmelerin finansal performansı ve durumu incelenmektedir. İşletmelerin finansal tablolarını incelemek için çeşitli analiz teknikleri kullanılmaktadır. Analiz yöntemleri ile işletmenin likiditesi, borç ödeme yeterliliği, karlılığı gibi konularda incelemeler yapılmaktadır. İşletmenin belirli bir dönem içerisinde gösterdiği performans incelenebilmektedir. Finansal tablolar analiz yöntemleri birbirlerinin yerine kullanılacak yöntemler değildir. Her analiz yöntemi birbirini tamamlar niteliktedir. Finansal tablolar analiz teknikleri kullanılarak işletmenin finansal durumu analiz edilmekte ve yorumlanmaktadır (Akdoğan & Tenker, 2007: 553).

Finansal tabloların analiz edilirken kullanılan teknikler aşağıda verilmektedir (Akdoğan & Tenker, 2007: 553):

- Karşılaştırmalı Tablolar Analizi (Yatay Analiz)

- Yüzde Yöntemi İle Analiz (Dikey Analiz)
- Eğilim Yüzdeleri Yöntemi İle Analiz (Trend Analizi)
- Oran Yöntemi İle Analiz (Rasyo Analizi)

Bu kısımda finansal tablolar analiz teknikleri açıklanmaktadır.

2.10.2.3.1. Karşılaştırmalı Tablolar Analiz Yöntemi

Karşılaştırmalı tablolar analiz yöntemi dinamik bir analiz yöntemidir. İki yıla ait hesapların karşılaştırılmasına dayanmaktadır. Karşılaştırmalı tablolar analiz yöntemi yatay analiz olarak da ifade edilmektedir. İşletme önceki yıl ile cari dönem verilerini karşılaştırarak hesaplardaki artış ve azalışlar belirlenmektedir. Hesaplardaki değişim hem tutar olarak hem de önceki yıla göre yüzdesel bir artış veya azalış şeklinde hesaplanmaktadır. Böylece işletme geçmiş döneme göre finansal tabloların değişimini kolaylıkla görebilmektedir (Filiz, 2019: 22-23).

2.10.2.3.2. Yüzde Yöntemi İle Analiz

Yüzde yöntemi ile analiz yöntemi finansal tablolar analiz yöntemlerinden bir diğeridir. Dikey analiz olarak da bilinmektedir. Dikey analiz statik bir analiz yöntemidir. Dikey analiz yöntemi şirketlerin finansal durumlarının incelenmesinde önemli bir analiz tekniğidir. Bir yıla ait verilerin incelenmesinden bir den fazla döneme ait verilerin dikey analizinin yapılarak incelenmesinin daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Böylece dikey analizde bir hesabın diğer yıllarda da yüzdesel dağılımı incelenerek analiz dönemi içinde değişimi kolaylıkla incelenebilmektedir. Dikey analiz, bilanço ve gelir tablosu hesapları için ayrı ayrı yapılmaktadır. Bilanço hesaplarında iki şekilde yapılmaktadır. Aktif ve pasif toplamı 100 kabul edilerek diğer hesapların aktif ve pasif içindeki dağılımı incelenmektedir. Böylece yüzdelik dağılım ile hesapların aktif ve pasif içindeki payları kolaylıkla incelenmektedir. Bilançoda ikinci yöntem ise dönen varlıklar, duran varlıklar, kısa vadeli yabancı kaynaklar, uzun vadeli yabancı kaynaklar ve özkaynaklar hesaplarının 100 kabul edilerek, hesapların ana hesap grupları içerisindeki dağılımının incelenmesidir. Gelir tablosunda net satışlar 100 kabul

edilerek satışların içindeki maliyet, gider ve karların dağılımları incelenebilmektedir. Dikey analiz yönteminde işletmenin dönen varlıkları, duran varlıkları, kısa vadeli yabancı kaynakları, uzun vadeli yabancı kaynakları ve özkaynakları da yüz kabul edilerek hesapların dağılımları incelenmektedir. Dikey analiz tek bir yıl için yapıldığından diğer yıllar itibariyle şirketlerin finansal yapılarının değişiminin incelenmesi için birden fazla yılın ayrı ayrı yapılarak analiz bulgularının karşılaştırılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu yöntemin iki yararı vardır. Birincisi 100 kabul edilen aktif veya pasif toplamının, ilgili ana hesaplar içindeki dağılımlarının kolayca görülmesidir. İkinci yararı ise bu yöntem ile işletmenin finansal durumunun rakiplerle veya sektördeki diğer işletmeler ile karşılaştırması mümkündür (Savcı, 2017: 168-169).

2.10.2.3.3. Eğilim Yüzdeleri Yöntemi İle Analiz

Eğilim yüzdeleri yönteminde işletmenin birden fazla dönemine ait finansal verilerinin karşılaştırılmasından dolayı yatay yüzde analizi olarak ifade edilmektedir. Eğilim yüzdeleri yönteminde işletmenin normal faaliyet dönemi ile diğer dönemlerinin karşılaştırmasına dayanmaktadır. İşletmenin normal bir faaliyet dönemine ilişkin verileri yüz kabul edilerek diğer yıllar baz olarak seçilen yıla göre teker teker yüzdelik olarak hesaplanır. Böylece işletmenin finansal tablo verileri yıllar itibariyle değişimleri izlenebilir. Hesaplanan veriler yüzün altında ise ilgili hesapta azalış üstün deyse ilgili hesapta artış olduğu ifade edilmektedir (Şamiloğlu ve Akgün, 2015: 418-419).

Karşılaştırma birden fazla dönemde yapıldığı için dinamik bir analiz yöntemidir. Eğilim yüzdeleri yöntemiyle işletmelerin uzun bir zaman dönemindeki finansal performansını değerlendirmek mümkündür. Analizin başarılı olabilmesi için baz yıl olarak seçilen yılın normal bir yıl olması oldukça önemlidir (Çabuk ve Lazol, 2016). Trend analizi işlemenin geçmiş dönemlerinde gösterdiği finansal başarının incelenmesinde oldukça önemlidir. Ayrıca trend analizi sonuçları sektör ile karşılaştırılarak işletmenin sektöre kıyasla sergilediği performans da incelenebilmektedir (Padachi, 2005).

2.10.2.3.4. Oran Yöntemi İle Analiz

Oran analizi yöntemi rasyo analizi olarak da ifade edilmektedir. Oran analizi muhasebe bilgisinin farklı bir şekilde elde edilmesini sağlayarak işletmelerin finansal durumunu değerlendirmek için kullanılmaktadır (Horriggan, 1968). Oran analizi tekniği işletmenin hem finansal durumunun hem de finansal performansının değerlendirilmesinde de kullanılmaktadır (Chen ve Shimerda, 1982).

Oran analizi tekniğinde finansal tablo hesapları arasında çeşitli oranlar kurularak analiz yapılmaktadır. Diğer bir ifadeyle oran analizinde işletmenin finansal tablolarının çeşitli hesapları arasında matematiksel olarak ilişkiler kurulmaktadır. Oran analizinde bilanço ve gelir tablosu hesapları kullanılmaktadır. Oran analizinde çok sayıda oran hesaplamak mümkün olup önemli olan işletme için yararlı olan oranların hesaplanmasıdır (Gadoiu, 2014).

Oran analizi yönteminde likidite oranları, mali yapı oranları, faaliyet oranları, karlılık oranları ve borsa performans oranları olmak üzere beş grupta incelenmektedir (Ceylan ve Korkmaz, 2017). İşletme sermayesini ve borç ödeme yeteneğini incelemek için likidite oranları kullanılmaktadır. Likidite oranları, cari oran, asit test oranı, nakit oran gibi oranlardan oluşmaktadır. İşletmelerin varlıklarını etkin kullanıp kullanmadıklarının incelemek için çalışma durumu diğer bir ifadeyle faaliyet oranları kullanılmaktadır. Çalışma oranları oldukça fazla olup aktif devir hızı, ticari alacak devir hızı, stok devir hızı gibi oranlardan oluşmaktadır. Finansal yapı oranları, işletmelerin finansal yapılarının, varlıkları ile kaynakların uyumlu olup olmadıkları ve uzun vadeli borçları ödeme gücünün incelendiği oranlardır. Finansal yapı oranları, finansal kaldıraç oranı, finansman oranı, otofinansman oranı gibi oranlardan oluşmaktadır (Karapınar ve Zaif, 2016, s. 251-270). İşletmelerin dönem sonunda elde ettiği karı ve bu karı elde ederken kullandığı varlıkları, özkaynakları vb. ne kadar etkin kullandığı karlılık oranları ile incelenmektedir. Karlılık oranlarında karın tutarı ve sağlandığı kaynaklar oldukça önemlidir. Karlılık oranları özsermaye karlılık oranı, aktif karlılık oranı ve brüt kar marjı gibi çeşitli oranlardan oluşmaktadır (Karapınar & Zaif, 2016, s. 309-316). İşletmelerin borsada işlem görmesi durumunda borsa performans göstergelerinin kullanılarak hisse senedinin fiyatı, kazancı gibi unsurlar incelenebilmektedir (Ceylan & Korkmaz, 2017).

İşletmenin finansal performanslarının ve finansal başarılarının incelenmesi için oran analizi yöntemi oldukça yararlı bir yöntemdir. Oran analizi yöntemiyle elde edilen bulgular işletmenin geçmiş dönem bulguları ile karşılaştırılarak şirketin performansı değerlendirilebilmektedir. Oran analizi bulguları sektör ortalamaları ile karşılaştırılarak işletmenin sektöre göre finansal durumu değerlendirilebilmektedir. Oran analiz yönteminde anlamlı oranların kullanılması oldukça önemlidir. Deneyimler sonucunda geçerliliği kabul edilmiş oranların kullanılarak karşılaştırma yapılması analizin faydalı olması için önemlidir. Birbiri ile ilgili çeşitli oranların bir arada kullanılarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca cari dönem oran analizi bulgularının geçmiş dönem oran analizi bulgularıyla karşılaştırılması önerilmektedir (Akgüç, 2013: 463-464)

3.LİTERATÜR TARAMASI

Çalışmanın bu kısımda maliyet ve karlılık analizi ile ilgili literatürde yapılmış çalışmalara yer verilmektedir. Literatür incelendiğinde çalışmaların çoğunun tarım işletmelerinde yapıldığı tespit edilmektedir. Farklı sektörlerde yapılmış maliyet, karlılık ve finansal analiz ile ilgili çalışmalara bu kısımda yer verilmektedir.

İtik (2021) işletmelerin finansal tablo yayınlayarak finansal verileri raporladıkları aynı zamanda işletmelerin finansal durumlarının incelenmesi için gerekli verilerin tedarik edildiğini ifade etmektedir. Çalışmada dikey analiz yöntemi kullanılarak mali tablo verilerinin yüzde hesaplamaları ile toplam tutar içindeki dağılımlarının incelenebileceği ifade edilmektedir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren Borsa İstanbul'da işlem gören 9 şirketin 2019 yılı verileri kullanılarak dikey analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda işletmelerin yüksek maliyete katlanmalarına rağmen büyük çoğunluğunun 2019 yılında kar ettikleri tespit edilmiştir. Şirketlerin finansman politikalarında yabancı kaynaktan ziyade özkaynaklara ağırlık verdikleri ifade edilmektedir. İşletmelerin ticari borçlarının ve alacak hesaplarının mali tablolarda önemli tutarlarda olduğu belirtilmektedir (İtik, 2021).

Karakaya (2020) TRB1 bölgesinde elma yetiştiriciliği yapan işletmelerin ekonomik analizini yapmıştır. Çalışmada 2018-2019 üretim döneminde faaliyet gösteren 223 işletmeden yüz yüze görüşme yöntemiyle veri toplamıştır. Stokastik sınır analizi yöntemiyle Cobb Douglas fonksiyonu kullanılarak etkinlik analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda işletmelerin elma üretim arazilerinin ortalama 28,02 dekar olduğu tespit edilmiştir. Uygulama kapsamındaki işletmelerin dekar başına ortalama elma üretiminin 627,65kg olduğu belirtilmektedir. Yapılan analizler sonucunda elmanın maliyetinin 0,88TL/kg olduğu tespit edilmiştir. Elmanın ortalama satış fiyatının 1,16TL/kg olduğu ve 0,28TL/kg net kar kaldığı belirtilmektedir. Elma üretiminde dekar başına 394,72TL brüt karın olduğu ifade edilmektedir. Analizlerin sonucunda işletmelerin ihracat yapabilmeleri ve diğer ülkelerde rekabet düzeylerini yükseltebilmeleri için üretim miktarını artırmaları, alt yapıyı geliştirilmeleri ve finansal ve pazarlama koşullarının geliştirilmesi gerektiği belirtilmektedir (Karakaya, 2020).

Noora vd. (2020) Pakistan'ın en önemli kiraz üretim alanlarından biri olan Belucistan, Quetta'da organik kiraz üretiminin maliyet ve karlılık analizini yapmışlardır. Belucistan şehrinde yüz yüze anket yöntemi ile 2016-2019 dönemlerinde 62 kiraz üreticisinden veri toplanmıştır. Analizde ilk olarak kiraz üreticilerinin sosyo-ekonomik özellikleri incelenmiştir. Daha sonra kiraz üretimi ile ilgili analizler yapılmıştır. Çalışmanın bu aşamasında hektar ve ağaç başına verim, pazarlama yapısı ve çiftçi fiyatları, hektar başına değişken ve sabit maliyet ve hektar başına net kar belirlenmiştir. Hektar başına 9447,3 kg ve ağaç başına ortalama 30kg kiraz üretildiği tespit edilmektedir. Hektar başına kiraz üretiminin toplam üretim maliyetinin 430.247,68 Pakistan Rupisi olduğu, söz konusu kirazlardan hektar başına toplam 8.830.480,94 Pakistan Rupisi gelir elde edildiği ve hektar başına toplam 8.400.233,36 Pakistan Rupisi olduğu net karın olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre Pakistan'da kiraz üretiminin daha rekabetçi ve sürdürülebilir bir faaliyet olduğu göstermediği ifade edilmektedir (Noora, Hussain, Farooq, & Umair, 2020).

Karahüseyin (2020) turizm sektöründe ki firmaların karlılıklarını oran analizi yöntemiyle incelemektedir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2009-2018 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanarak 14 farklı karlılık rasyosu hesaplanarak analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda karlılık rasyoları açısından oranlar küçük, orta ve büyük ölçekli olarak sıralama yapıldığı tespit edilmektedir. Firmaların finansal kaynakları yönetirken alanında uzman profesyonellerden yardım almaları önerilmektedir (Karahüseyin,2020).

Bilgili vd. (2019) İzmir ilinde kiraz üretim maliyeti ve karlılığını araştırmışlardır. İzmir'in ülke genelindeki üretimin %8'ini oluşturduğunu ifade etmişlerdir. 62 üreticinin 2015 üretim dönemi verileri kullanılarak analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda dekar başına 944,73 kg verim alındığı, toplam üretim masrafının dekar başına 1896,44TL olduğu, kirazın ortalama 5,37TL/kg fiyattan satıldığı ve dekar başına 5073,20TL brüt kar edildiği ve toplam net gelirin dekar başına 3176,76TL olduğu belirtilmektedir. Araştırma sonuçları incelendiğinde kiraz üretiminin ekonomik açıdan yapılabileceği görülmektedir (Bilgili, Özçingirak, Güler, & Engindeniz, 2019).

Filiz (2019) işletmelerin finansal durumlarının değerlendirilmesi için finansal analiz yapılması gerektiğini belirterek, gelecekteki finansal durumların değerlendirilmesinde de finansal analiz verilerinden yararlandığını ifade etmektedir. Çalışmada inşaat sektöründe yer alan şirketlerin 2014-2018 dönemi verileri kullanılarak finansal tablo analiz teknikleri kullanılarak şirketlerin finansal performansları incelenmiştir. Petrol fiyatlarının yükselmesinin maliyetleri artırdığı ifade edilmektedir. İnşaat sektöründeki

arz fazlalığı stokların artmasına neden olmaktadır. Konut fiyatlarındaki artış ekonomide görülen finansal sıkıntılar konut satışlarında daralmaya neden olabilmektedir. Ekonomideki büyümeye paralel olarak gayrimenkul sektörünün de büyüdüğü ifade edilmektedir (Filiz, 2019).

Erturan (2019) ekonomide görülen değişimin tüm sektörleri etkilediğini, inşaat sektöründeki değişimin iklimlendirme sektörünü de etkilediğini ifade etmektedir. Şirketlerin finansal projeksiyonunun incelenmesi açısından finansal analiz oldukça önemlidir. Çalışmada iklimlendirme sektöründeki firmaların finansal performansları finansal tablo analiz teknikleri kullanılarak incelenmektedir. 2012-2016 dönemi TCMB sektör verileri ile borsada işlem gören bir şirketin verileri kullanılarak analiz yapılmıştır. Özel tüketim vergisinin rekabeti etkilediği ifade edilmektedir. Şirketin sektöre göre daha iyi bir karlılığa sahip olduğu belirtilmektedir. Analiz sonucunda iklimlendirme sektörünün ihracat düzeyinin artırılması önerilmektedir (Erturan, 2019).

İşleyen ve Erden (2019) kiraz yetiştiriciliğinde maliyet ve karlılık analizi yapmıştır. Ankara ilinde faaliyet gösteren 5 dekar ve üzeri araziye sahip olan 45 işletmeden 2017-2018 döneminde anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Anket yöntemiyle elde edilen veriler incelendiğinde dekar başına 5381,88TL toplam masrafın olduğu tespit edilmektedir. Dekar başına 4797,23TL brüt kar ve 3617,7TL net kar elde edildiği belirtilmektedir. Analiz sonuçlarına göre bölgede üretim maliyetlerinin düşük olması, bölgenin topraklarının verimli ve pazara yakın olması ve üretimin kalitesi olması ürünün karlılığını artırdığı ifade edilmektedir (İşleyen & Erden, 2019).

Albez (2018) kırmızı et sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde maliyet ve karlılık analizi yapmak amacıyla çalışma yapmaktadır. Çalışma Erzurum ilinde faaliyet gösteren bir besi işletmesinde 6 aylık süre içerisinde 50 sığırın maliyet ve karlılık analizi yapılmaktadır. Sığırların toplam besi maliyeti 494.444,34 TL olup 575.536,50 TL değerinde kasaba satılmıştır. Besi işletmenin 6 aylık faaliyeti sonucu satış karı 81.092,16 TL'dir. Sığırları alan kasap sığırlardan sadece kırmızı et değil, sakatat ve deri gibi diğer kısımlarından da gelir elde etmektedir. Kasap işletmesi 575.536,50TL ye aldığı sığırlardan 707.149,79 TL gelir ettiği tespit edilmiştir. Kasapların karlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Kırmızı etin üretim maliyetinin düşürülmesi ve tüketicilerin daha uygun fiyat ile kırmızı et tüketmeleri için devletin üreticilere ucuz kredi ve hibe vermeleri önerilmektedir (Albez, 2018).

Bilici ve Aydın (2018) konaklama sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin finansal analizini yapmışlardır. Şirketin 2011-2016 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak yatay analiz, dikey analiz, trend analizi ve oran analizi yöntemleri kullanılarak finansal analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda duran varlıkların dönen varlıklardan yüksek olduğu, özkaynakların yıllar itibariyle büyüdüğü, satış gelirlerinin ve maliyetlerin birlikte arttığı, nakit ve benzeri varlıkların dönen varlıklar içinde en yüksek paya sahip varlıklar olduğu ifade edilmektedir (Bilici & Aydın, 2018).

Karaca ve Karaman (2018) ana arı üretim maliyeti ve karlılık analizi yapmaktadırlar. Araştırmada Türkiye’de 10 ilde faaliyet gösteren 28 işletmeden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Ana arı başına brüt gelirin 18,81TL ve net gelirin 12,79TL olduğu tespit edilmiştir. Ana arının üretim maliyeti ise 17,21TL olarak tespit edilmiştir. Ana arının karının düşük olmasından dolayı işletmeler sadece ana arı değil arı ve bal üretimi yaparak faaliyetlerini sürdürmeleri önerilmektedir. Ana arı üreten işletmelerde kolonilerin sayısının 200 altında olması düşük üretim kapasitesine neden olduğu; işletmelerin faaliyetlerini karlı bir şekilde sürdürmeleri için 10 bin ile 20 bin arasında ana arı üretim kapasitesine sahip olmaları önerilmektedir (Karaca & Karaman, 2018).

Özdemir (2018) karanfil yetiştiriciliğinde maliyet ve karlılık analizi yapmıştır. Antalya ilinde faaliyet gösteren 53 işletmeye üretim maliyeti ve karlılık ile ilgili anket uygulanmıştır. Ortalama dekar başına 40.020TL brüt kar ve 39.412TL net karın olduğu tespit edilmiş olup ortalama dal başına karanfilin 0,245TL brüt karı olduğu ve dal başına karanfilin 0,241TL net kar olduğu belirtilmiştir. Analiz sonuçlarına göre Antalya ilinde karanfil üreticiliğinin karlı bir iş olduğu ifade edilmektedir (Özdemir, 2018).

Sarp (2018) işletmelerin finansal gelişimini ortaya koymak açısından finansal analizin öneminden bahsetmektedir. Finansal analiz ile mali tablo hesapları arasında çeşitli ilişkiler kurularak analiz yapıldığı ifade edilmektedir. Çalışmada Ereğli Demir Çelik şirketinin finansal analizi yapılmaktadır. Şirketin 2011-2017 dönemi finansal tablo verileri kullanılarak karşılaştırmalı finansal tablolar, dikey analiz, trend analizi ve oran analizi yöntemleri ile analiz edilmiştir. İşletmenin yeterli düzeyde nakde sahip olduğu, borç ödeme gücünün yeterli olduğu, yabancı kaynak kullanımının az olduğu, duran varlık finansmanı için yeterli devamlı sermayesinin olduğunu ve karlılık düzeyinin sektör ortalamasının üzerinde olduğu ifade edilmektedir (Sarp, 2018).

Orman (2017) finansal analizin işletmelerin geçmiş döneme ait finansal durumunun incelenmesi, güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi, işletmenin önündeki fırsat ve tehditlerin belirlenmesi ile gelecek dönemler için finansal planlama yapılmaktadır. Uygulamada 3 şirketin finansal durumunu incelemek için çeşitli finansal tablolardan yararlanılarak finansal analiz teknikleri kullanılarak finansal analiz yapılmıştır. Faiz indirimleri ve kentsel dönüşüm projelerin sonrasında konut sektöründe satışlarda artış

olduğu ifade edilmektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde üç işletmenin duran varlıklarının fazla olduğu, kısa vadeli borçlanma eğilimlerinin yüksek olduğu, işletmelerin varlıklarının ve özkaynaklarının arttığı belirtilmektedir (Orman, 2017).

Altun (2016) finansal analizin geçmiş dönem verilerinden yararlanılarak gelecek dönemlerde finansal planlamanın yapılabilmesi için finansal analizden yararlanıldığı ifade edilmektedir. Çalışmada beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren Arçelik şirketinin 2012-2014 dönemi finansal tablo verileri finansal tablolar analiz tekniklerinden yararlanılarak finansal analizi yapılarak elde edilen bulgular değerlendirilmektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde likidite durumunun sektöre göre iyi olduğu net işletme sermayesinin pozitif olduğu, kısa vadeli borçlanmanın azaldığı, uzun vadeli borçlanma ile özkaynakların arttığı, stokların satışlardan daha fazla arttığı, stok devir hızının düşük olduğu, şirketin brüt satış karlılığının sektöre göre iyi olduğu, ancak faaliyet giderlerindeki yükseklikten dolayı faaliyet karlılığının düşük olduğu ve net kar marjının her geçen gün yükselmesi ise şirketin performansının arttığını göstermektedir (Altun, 2016).

Subaşı vd. (2016) muzun üretim maliyeti ve karlılığını araştırma yapmışlardır. Antalya ve Mersin illerinde faaliyet gösteren 100 işletmeden anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Muz üretim maliyetlerinin dekar başına örtü altında yapılan üretimde 4284.17TL ve açıkta yapılan üretimde 3051,31TL olarak tespit edilmiştir. Üretilen muzlardan örtü altında yapılan üretimden elde edilen muzlardan dekar başına 6547,50 TL ve açıkta üretim yapılan muzlardan dekar başına 3253,75TL satış geliri elde edilmiştir. Brüt kar dekar başına örtü altında 4577,29 ve açıktan üretimde 1731,33TL olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’de yerli muzun uluslararası piyasalarda rekabet edebilmesi için gerekli çalışmaların yapılması önerilmektedir (Subaşı, Seçer,Yaşar,Emeksiz,veUysal,2016)

İskenderoğlu, Karadeniz ve Ayyıldız (2015) Türkiye ve Avrupa’daki enerji sektörünün oran analizi yöntemiyle finansal analizini yaparak sektörün durumu değerlendirilmiştir. Uygulamada 2009-2012 dönemine ait sektör verileri ve bilançolar kullanılarak analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda Avrupa’daki enerji şirketlerinin Türkiye’deki enerji şirketlerinden daha iyi bir finansal performans sergiledikleri ifade edilmiştir. Avrupa’daki şirketlerin likidite oranlarının Türkiye’deki şirketlerden daha iyi olduğu belirtilmektedir. Avrupa’daki şirketlerin uzun vadeli borç kullanma düzeylerinin Türkiye’dekilere göre daha yüksek olduğu ifade edilmektedir. Avrupa’daki şirketlerin birçok verimlilik göstergesini Türkiye’deki şirketlerden daha iyi kullandıkları ifade edilmektedir. Karlılık oranları açısından da Avrupa’daki şirketlerin Türkiye’deki şirketlerden daha iyi bir finansal performans sergiledikleri ifade edilmiştir (İskenderoğlu, Karadeniz, & Ayyıldız, 2015).

Yağız (2012) enerji sektöründeki 5 şirketin finansal durumunu incelemek, sektörün mevcut durumunu analiz etmek, gelecek ile ilgili projeksiyonu tahmin etmek, sektörün finansal durumunu karşılaştırmak amacıyla çalışma hazırlamıştır. Çalışmada Ak Enerji, Aksa Enerji, Aksu Enerji, Ayen Enerji ve Zorlu Enerjinin finansal durumu incelenmiştir. Şirketin finansal durumunun değerlendirilmesinde oran analizi yönteminden yararlanılmıştır. Oran analizi sonuçları incelendiğinde kimi şirketlerin oranlarının sektör ortalamasının altında ve üzerinde olduğu ifade edilmektedir. Şirketlerin nakit oluşturabilme yeteneğine sahip olduğu, ihtiyaç duyulan nakdin doğru kullanılması gerektiği ve karlılık oranlarının yıllar itibariyle artmasının beklendiği ifade edilmektedir (Yağız, 2012).

Gülgör (2008) firmaların faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için kar etmeleri ve iyi bir finansman kaynağı ile yönetilmeleri gerektiği ifade edilmektedir. Tekirdağ ilinde un, yem ve yağ sektöründe faaliyet gösteren üç gıda sanayi işletmesinin 2004 ve 2005 dönemleri finansal tablo verileri finansal tablo analiz teknikleri ile analiz edilmiştir. Firmaların karlılığını etkileyen maliyetlerin ve giderlerin düşürülmesi önerilmektedir (Gülgör, 2008).

Özgel (2007) işletmelerin finansal yapısının doğru ve güvenilir hazırlanan finansal tablo bilgilerinden yararlanılarak incelenebileceğini ifade etmektedir. Çalışmada ilaç sektöründe finansal tablolar analiz teknikleri ile sektörün finansal durumu ortaya konulmaktadır. Uygulamada Eczacıbaşı şirketinin 2003-2004 dönemi verileri kullanılarak şirketin finansal tablolar analiz tekniklerinden yatay, dikey, trend ve oran analizi yöntemleri kullanılarak finansal analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda işletmenin likidite gücünün düşük olduğu, işletmenin finansal yapısının borç ödeme gücü anlamında analiz döneminde güçlendiği, işletmenin özkaynaklarını kullanmakta yeterli olmadığı ifade edilmektedir. Sektörde karlılık oranlarının da düşük olduğu ifade edilmektedir. Sektörde maliyetlerin artması, indirimler ve iskonto oranları sektördeki sorunlar olarak ifade edilmektedir (Özgel, 2007).

4.MARKET SEKTÖRÜNDE MALİYET, GİDER VE KARLILIK ANALİZİ

Bu bölümde çalışmanın amacı ilk kısımda verilmektedir. Çalışmanın örnekleme ikinci kısımda yer almaktadır. Üçüncü kısımda uygulamanın yöntemi hakkında bilgi sunulmaktadır. Dördüncü ve son kısımda ise analiz sonuçları verilerek yorumlanmaktadır.

4.1. Çalışmanın Amacı

Çalışmanın birkaç amacı vardır. İlk amaç market işletmelerinin maliyet, gider ve karlılık analizlerini yapmaktır. Ancak market işletmeleri üretim yapmadıkları için üretim maliyeti hesaplaması çalışmada yapılamamaktadır. Maliyet hacim kar analizleri yapılmak istenmiş ancak finansal verilere ulaşamadığından yapılamamıştır. Çalışmanın amacı maliyet, gider ve karlılık analizi olduğundan işletmelerin finansal tablolarından elde edilecek finansal bilgilerine uygun analizler yapılarak bu kısımda verilmektedir.

Çalışmanın diğer amacı market zinciri olan şirketlerin satışları ile karlılıkları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Sürekli fiyat artışları tüketici ve devlet yönetiminin dikkatini çekmekte, devlet denetimleri artırarak haksız rekabet ve kazancın önüne geçmek istemektedir. Türkiye’de son yıllarda döviz kurundaki artışa paralel olarak üretim maliyetlerinde artış olmuş; maliyet artışları fiyatların yükselmesiyle sonuçlanmıştır. Maliyetlerdeki artış fiyatlara yansımış olup fiyatlardaki yükselişte enflasyonun artmasına neden olmuştur. Bireylerin günlük hayatta en çok alışveriş yaptıkları marketlerin satışları, maliyetleri ve karlarının maliyet ve fiyat artışlarındaki etkilenme durumları incelenerek haksız bir kazanç elde edilip edilmediği de değerlendirilmektedir.

Çalışmadaki bir diğer amaçta şirketlerin finansal performanslarını inceleyerek yatırımcıların hisse senedi satın alırken karar vermelerine yardımcı olmaktır.

Bu bölümde çalışmanın amacı ilk kısımda verilmektedir. Çalışmanın örnekleme ikinci kısımda yer almaktadır. Üçüncü kısımda uygulamanın yöntemi hakkında bilgi sunulmaktadır. Dördüncü ve son kısımda ise analiz sonuçları verilerek yorumlanmaktadır.

4.2. Çalışmanın Amacı

Çalışmanın birkaç amacı vardır. İlk amaç market işletmelerinin maliyet, gider ve karlılık analizlerini yapmaktır. Ancak market işletmeleri üretim yapmadıkları için üretim maliyeti hesaplaması çalışmada yapılamamaktadır. Maliyet hacim kar analizleri yapılmak istenmiş ancak finansal verilere ulaşamadığından yapılamamıştır. Çalışmanın amacı maliyet, gider ve karlılık analizi olduğundan işletmelerin finansal tablolarından elde edilecek finansal bilgilerine uygun analizler yapılarak bu kısımda verilmektedir.

Çalışmanın diğer amacı market zinciri olan şirketlerin satışları ile karlılıkları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Sürekli fiyat artışları tüketicilerin ve devletin dikkatini çekmekte, devlet denetimleri artırarak haksız rekabet ve kazancın önüne geçmek istemektedir. Türkiye’de son yıllarda döviz kurundaki artışa paralel olarak üretim maliyetlerinde artış olmuş; maliyet artışları fiyatların yükselmesiyle sonuçlanmıştır. Maliyetlerdeki artış fiyatlara yansımış olup fiyatlardaki yükselişte enflasyonun artmasına neden olmuştur. Bireylerin günlük hayatta en çok alışveriş yaptıkları marketlerin satışları, maliyetleri ve karlarının maliyet ve fiyat artışlarındaki etkilenme durumları incelenerek haksız bir kazanç elde edilip edilmediği de değerlendirilmektedir.

Çalışmadaki bir diğer amaçta şirketlerin finansal performanslarını inceleyerek yatırımcıların hisse senedi satın alırken karar vermelerine yardımcı olmaktır.

Türkiye'nin dört bir tarafına sürekli yeni mağaza açan bu şirketlerin satışları ve karlılıkları incelenerek şirketlerin finansal yapısı değerlendirilmektedir.

4.3. Çalışmanın Örneklemi

Çalışma Borsa İstanbul'da perakende ve toptancılık sektöründe işlem gören işletmeler üzerinde yapılmaktadır. Perakende sektöründe 12 şirket işlem görmektedir. Perakende sektöründe işlem gören şirketlerin listesi Tablo 4.1' de verilmektedir (KAP, 2021):

Tablo 4.1. Perakende sektöründeki şirketlerin listesi

Sıra	Şirket Unvanı
1	ADESE GAYRİMENKUL YATIRIM A.Ş.
2	BİM BİRLEŞİK MAĞAZALAR A.Ş.
3	BİZİM TOPTAN SATIŞ MAĞAZALARI A.Ş.
4	CARREFOURSA CERREFOUR SABANCI TİCARET MERKEZİ A.Ş.
5	CASA EMTİA PETROL KİMYEVİ VE TÜREVLERİ SANAYİ TİCARET A.Ş.
6	MAVİ GİYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
7	MEPET METRO PETROL VE TESİSLERİ SANAYİ TİCARET A.Ş.
8	MİGROS TİCARET A.Ş.
9	MİLPA TİCARİ VE SİNAİ ÜRÜNLER PAZARLAMA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
10	ŞOK MARKETLER TİCARET A.Ş.
11	TEKNOSA İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.
12	VAKKO TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SANAYİ İŞLETMELERİ A.Ş.

Tablo 4.1'deki şirketler incelendiğinde perakende sektöründe çok farklı iş alanlarında faaliyet gösteren işletmelerin olduğu görülmektedir. Çalışmanın amacı doğrultusunda perakende sektöründeki zincir market işletmeleri incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın örneklemin oluşturan market işletmelerinin listesi Tablo 4.2.'de verilmektedir.

Tablo 4.2. Market işletmelerinin listesi

Sıra	Şirket Unvanı	Kısaltma
1	BİM BİRLEŞİK MAĞAZALAR A.Ş.	BİM
2	BİZİM TOPTAN SATIŞ MAĞAZALARI A.Ş.	BİZİM
3	CARREFOURSA CARREFOUR SABANCI TİCARET MERKEZİ A.Ş.	CRFSA
4	MİGROS TİCARET A.Ş.	MGROS
5	ŞOK MARKETLER TİCARET A.Ş.	SOK

Türkiye’de faaliyet gösteren zincir market işletmeleri çok sayıdadır. Ancak hepsinin verisine ulaşmak mümkün değildir. Türkiye genelinde faaliyet gösteren ve borsada işlem gören market işletmelerinin sayısı oldukça azdır. Bu nedenle çalışma kapsamında BİM, Bizim Toptan, Carrefoursa, Migros ve Şok market işletmelerinin verileri kullanılarak bu bölümde analizler yapılmaktadır.

4.4. Çalışmanın Değişkenleri ve Veri Seti

Çalışmada zincir market işletmelerinin finansal durumları ve performansları değerlendirilmektedir. Bu amaç doğrultusunda maliyet, gider ve karlılık analizleri yapılmaktadır. İşletmelerin finansal bilgileri finansal tablolar analiz yöntemlerinden yararlanılarak analiz edilmektedir. Finansal tablolar analiz yöntemlerinden dikey ve oran analizi yöntemlerinden yararlanılmaktadır. Çalışmada kullanılan değişkenler ve tanımları Tablo 4.3’de verilmektedir.

Tablo 4.3. Değişkenler ve tanımları

Değişkenler	Tanımı
Toplam Aktif	Şirketlerin yıllar itibariyle varlıklarındaki değişim incelenmektedir.
Özkaynaklar Toplamı	Şirketlerin yıllar itibariyle özkaynaklarındaki değişim incelenmektedir.
Hasılat	Şirketlerin yıllar itibariyle hasılatlarındaki değişim incelenmektedir.
Satışların Maliyeti	Şirketlerin yıllar itibariyle satışlarının maliyetindeki değişim incelenmektedir.
Brüt Satış Kârı	Şirketlerin yıllar itibariyle brüt satış kârındaki değişim incelenmektedir.
Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri	Şirketlerin yıllar itibariyle pazarlama satış ve dağıtım giderlerindeki değişim incelenmektedir.
Genel Yönetim Giderleri	Şirketlerin yıllar itibariyle genel yönetim giderlerindeki değişim incelenmektedir.
Finansman Giderleri	Şirketlerin yıllar itibariyle finansman giderlerindeki değişim incelenmektedir.
Esas Faaliyet Kârı	Şirketlerin yıllar itibariyle esas faaliyet kârındaki değişim incelenmektedir.
Dönem Net Kârı	Şirketlerin yıllar itibariyle net dönem kârındaki değişim incelenmektedir.
Brüt Kâr Marjı	Şirketlerin yıllar itibariyle brüt kâr marjındaki değişim incelenmektedir. Brüt karın, hasılate bölünmesiyle hesaplanmaktadır.
Faaliyet Kâr Marjı	Şirketlerin yıllar itibariyle esas faaliyet kâr marjındaki değişim incelenmektedir. Esas faaliyet karının, hasılate bölünmesiyle hesaplanmaktadır.
Net Kâr Marjı	Şirketlerin yıllar itibariyle net kâr marjındaki değişim incelenmektedir. Dönem net karının, hasılate bölünmesiyle hesaplanmaktadır.
Aktif Kârlılık Oranı	Şirketlerin yıllar itibariyle aktif karlılık oranındaki değişim incelenmektedir. Dönem net karının, aktif toplamına bölünmesiyle hesaplanmaktadır.
Özsermaye Kârlılık Oranı	Şirketlerin yıllar itibariyle özsermaye karlılık oranındaki değişim incelenmektedir. Dönem net karının, özkaynaklara bölünmesiyle hesaplanmaktadır.

Uygulamada zincir market işletmelerinin finansal tablo bilgileri kullanılmaktadır.

Bilanço ve gelir tablosu hesaplarındaki değişim hem rakamsal hemde oransal olarak

incelenmektedir. Böylece yıllar itibariyle hesaplardaki değişimde analiz edilebilmektedir. Hasılat, satışların maliyeti gibi hesaplardaki artışın birbiriyle paralel olup olmadığının incelenmesinin de yararlı olacağı düşünülmektedir. Bazı şirketler maliyetlerdeki artışı öne sürerek satış fiyatlarını daha yüksek oranda artırabilmektedir. Bu nedenle çalışmada şirketlerin maliyet ve gider kalemlerini esas alan hesaplar kullanılmaktadır.

Çalışmada 5 zincir market işletmesinin 2016-2020 dönemi konsolide finansal tablo verileri kullanılmaktadır. Şok market işletmesinin 2016 yılı verileri olmadığı için 4 yıllık verisi kullanılarak analiz yapılmaktadır. Finansal tablolar yıllık faaliyet dönemlerini kapsamaktadır. Uygulamada kullanılan veriler Kamuyu Aydınlatma Platformunda (KAP) yer alan finansal tablolar kısmından alınmaktadır (KAP, 2021).

4.5. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmanın amacı doğrultusunda market işletmelerinin maliyet, gider, karlılık analizlerinin yapılması için finansal analiz yapılması gerekmektedir. İşletmelerin finansal tablolarının finansal tablolar analiz yöntemleri kullanılarak finansal analiz yapılmaktadır. İşletmelerin maliyet ve giderlerinin hasılat içindeki dağılımının incelenmesi için dikey analiz yöntemi kullanılmaktadır. İşletmelerin finansal performanslarının incelenmesi için oran analizi yöntemi kullanılmaktadır.

İşletmelerin maliyet ve gider hesaplarının hasılat içindeki dağılımını görmek amacıyla dikey analiz yönteminden yararlanılmaktadır. Finansal tablolarda bir hesabın ana hesap toplamı içindeki payının incelenmesinde dikey yüzde analizi kullanılmaktadır. Örneğin bilançoda aktif toplamı 100 kabul edilerek dönen varlıkların payı dikey yüzdeler yöntemi ile hesaplanabilmektedir. Gelir tablosunda net satışlar 100 kabul edilerek her hesabın satışlar içindeki dağılımı incelenebilmektedir (Çabuk ve Lazol, 2016: 185).

İşletmelerin karlılıklarını değerlendirmek için oran analizi yöntemi kullanılmaktadır. Oran analizi likidite, devir hızı, kaldıraç, karlılık ve piyasa değerleri oranları olarak beş farklı kategoride incelenmektedir. Karlılık oranları işletmenin karlılığının değerlendirilmesinde kullanılan oranlardır (Ercan ve Ban, 2012: 37-45). Çalışmada

brüt satış karı oranı, faaliyet kar marjı, net kar marjı, aktif karlılık oranı ve özsermaye karlılık oranı kullanılmaktadır. Satışlar ile satışların maliyeti arasındaki ilişkiyi incelemek için brüt satış karı oranı kullanılmaktadır. İşletmenin faaliyetlerin ne kadar başarılı sürdürdüğünü gösteren oran faaliyet kar marjı oranıdır. İşletmenin dönem sonunda vergiden sonra dönem net karının hasılatı oranlanmasıyla net kar marjı hesaplanmakta ve işletmenin ne kadar net kar marjı olduğunu göstermektedir. İşletmenin özsermayesini verimli kullanıp kullanmadığını incelemek için özsermaye karlılık oranı kullanılmaktadır. İşletmenin varlıklarını etkin kullanma durumunu değerlendirmek için aktif karlılık oranı kullanılmaktadır (Akdoğan ve Tenker, 2007: 668-674).

4.6. Bulgular ve Değerlendirme

Market işletmelerinin finansal durumlarını değerlendirmeden önce sektörün finansal durumunun değerlendirilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Sektörün finansal bilgileri, sektörün maliyet analizi, sektörün gider analizi ve sektörün karlılık analizi bulguları değerlendirildikten sonra market işletmelerinin finansal bilgileri, maliyet, gider ve karlılık analiz bulguları bu kısımda değerlendirilmektedir.

4.6.1. Sektörün Finansal Bulguları

Sektörün finansal durumunu incelemek için sektördeki market işletmelerinin hepsinin birlikte dikey analizi yapılarak elde edilen bulgular bu kısımda değerlendirilmektedir. İşletmelerin maliyet, gider ve karlılık durumlarını incelemek için dikey ve oran analizi yöntemlerinden yararlanılmaktadır. Sektörün finansal durumunu değerlendirmek için öncelikle sektörün bilanço ve gelir tablosundaki çeşitli hesapları incelenmektedir. Sektörün finansal verileri borsa da işlem gören zincir market işletmelerinin verileri toplanarak bu kısımda verilmektedir.

Uygulamada zincir market işletmelerinin 2016-2020 dönemine ait çeşitli hesap tutarları birleştirilerek elde edilen bulgular Tablo 4.4’de verilmektedir. Şok işletmesinin 2016 yılı verisi olmadığı için 2016 yılı verileri 4 işletmenin verilerinin toplamından oluşmaktadır.

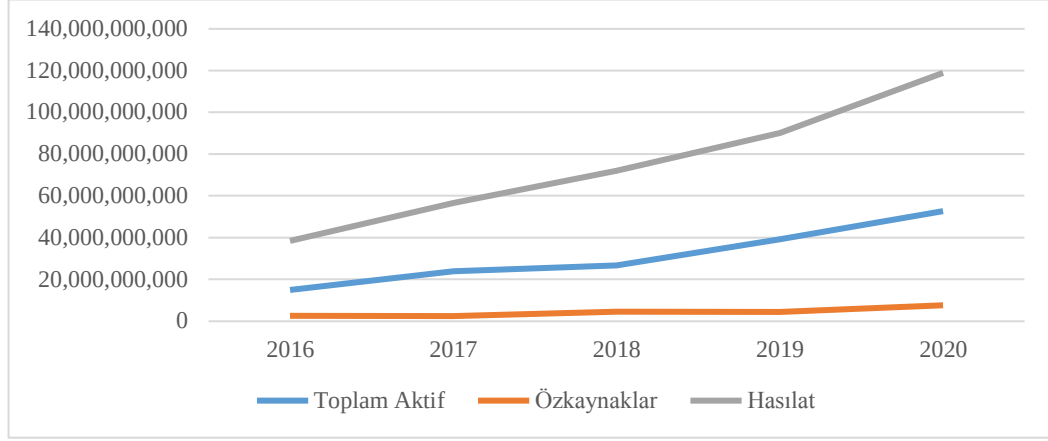
Tablo 4.4. Sektörün finansal verileri (bin lira)

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Toplam Aktif	14.929.005	23.893.246	26.585.808	39.211.018	52.676.251
Özkaynaklar	2.654.508	2.474.435	4.587.194	4.403.930	7.632.816
Hasılat	38.416.367	56.496.816	72.029.820	90.035.034	118.916.197
Satışların Maliyeti	30.846.527	44.724.119	56.426.534	70.936.403	93.669.170
Brüt Satış Karı	7.569.840	11.772.696	15.603.286	19.098.631	25.247.028
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	5.650.452	8.809.090	11.353.837	13.189.145	16.727.964
Genel Yönetim Giderleri	830.097	1.176.744	1.352.036	1.224.052	1.560.296
Finansman Giderleri	759.763	1.470.540	2.004.349	3.072.444	3.477.139
Esas Faaliyet Karı	704.679	1.101.281	1.695.476	3.864.685	6.391.213
Dönem Net Karı	-52.850	601.898	492.203	155.872	2.209.788

Sektörün 2016 yılında toplam aktif yaklaşık 14,9 milyar lirayken, 2020 yılında 52,6 milyara yükselmiştir. Özkaynaklar toplamı 2016 yılında 2,6 milyar liradan, 2020 yılında 7,6 milyara yükselmiştir. Sektörün hasılatı 2016 yılında 38,4 milyar lirayken, 2020 yılında 118,9 milyara yükselmiştir. Satışların maliyeti hesabı 2016 yılında 30,8 milyar liradan 2020 yılında 93,6 milyara yükselmiştir. Brüt satış karı hesabı 2016 yılında 7,5 milyar liradan, 2020 yılında 25,2 milyara yükselmiştir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri 2016 yılında 5,6 milyar liradan 2020 yılında 16,7 milyara yükselmiştir. Genel yönetim giderleri 2016 yılında 830 milyonken, 2020 yılında 1,56 milyara yükselmiştir. Finansman giderleri 2016 yılında 759 milyon lirayken, 2020 yılında 3.47 milyar liraya yükselmiştir. Esas faaliyet karı hesabı 2016 yılında 704 milyon lirayken, 2020 yılında 6,3 milyara yükselmiştir. Dönem net karı hesabı 2016 yılında -52 milyon lira zarardayken, 2020 yılında 2,2 milyar kara geçmiştir. Genel olarak değerlendirilirse sektörün beş yıllık dönemde büyüdüğü tespit edilmektedir.

Zincir market işletmelerinin 2016-2020 dönemine ait toplam aktif, özkaynaklar toplamı ve hasılat tutarlı toplanarak elde edilen verilerin grafiği Şekil 4.1'de verilmektedir. Şok market işletmesinin 2016 yılı verisi olmadığı için 4 market işletmesinin verisinden yararlanılarak grafik oluşturulmaktadır.

Şekil 4.1. Sektörün toplam aktif, özkaynak ve hasılat hesaplarının yıllara göre dağılımı



Tablo 4.4 ve Şekil 4.1 birlikte değerlendirildiğinde market sektörünün beş yıllık dönemde artan bir trend sergilediği görülmektedir. Aktif toplamı beş yıllık dönemde yaklaşık 3,5 kat artış göstermiştir. Şok market işletmesinin 2016 yılı verisi olmadığından dört yıllık dönemdeki artışın birlikte değerlendirilmesi daha doğru olacağı düşünülmektedir. Aktif toplamı 2017-2020 döneminde yaklaşık %120 oranında artış göstermiştir. Özkaynaklar toplamı aynı dönemde yaklaşık %200 civarında artmıştır. 2017-2020 döneminde hasılat yaklaşık %110 oranında artmıştır. Aynı dönemde satışların maliyeti hesabı ise %109 oranında artmıştır. Pazarlama satış ve dağıtım giderlerinde aynı dönemde %80 oranında olurken, genel yönetim giderlerindeki artış %32 dolayında gerçekleşmiştir. Genel yönetim giderlerinde bir düşüşün olduğu gözlemlenmektedir. Aynı dönemde brüt satış karında %110, esas faaliyet karında %480 ve dönem net karında %260 oranında artış gözlemlenmiştir. Genel olarak hasılatındaki artıştan daha az oranda giderlerin arttığı ve karın arttığı gözlemlenmektedir. Özkaynaklar ve hasılat tutarındaki artışın aktif toplamındaki artış oranından daha az olduğu tespit edilmiştir.

Zincir market işletmelerinin 2016-2020 döneminde toplam aktif hesabına göre dağılımlarını gösteren veriler Tablo 4.5’de verilmiştir.

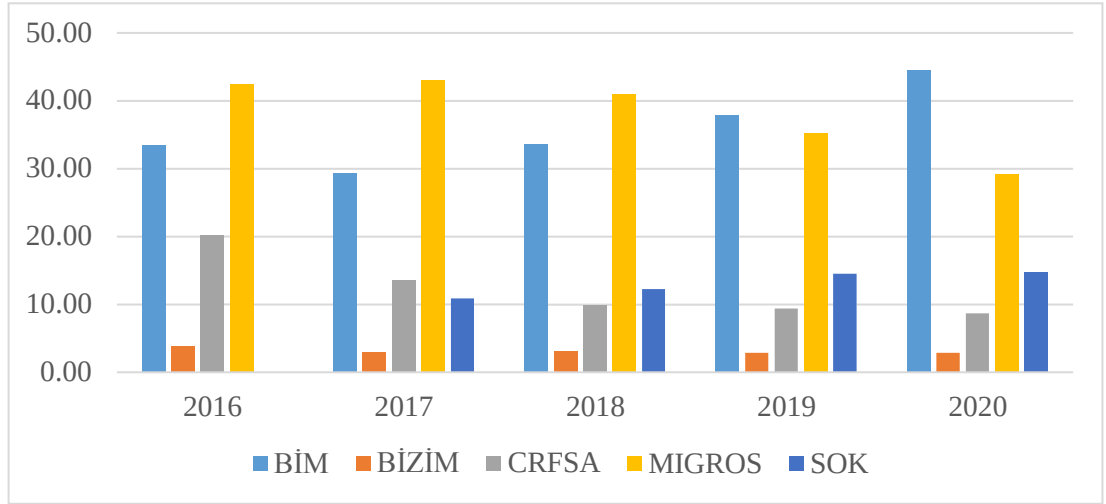
Tablo 4.5. Sektördeki işletmelerin aktif büyüklüklerinin yıllara göre dağılımı

Şirketler	2016	2017	2018	2019	2020
BİM	33,42	29,40	33,66	37,88	44,48
BİZİM	3,88	2,97	3,17	2,91	2,89
CRFSA	20,25	13,58	9,96	9,42	8,71
MGROS	42,45	43,12	40,94	35,24	29,19
SOK	0,00	10,92	12,27	14,56	14,73
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Borsa İstanbul’da işlem gören zincir market işletmelerinin aktiflerinin toplamının yıllara göre dağılımı incelendiğinde 2016 yılında Migros’un sektördeki en yüksek varlığa sahip işletme olduğu görülmektedir. 2017 yılında Şok market işletmesinin borsada işlem görmeye başlamasıyla birlikte Carrefoursa’nın payı önemli oranda azalmış, Bizim ve BİM’in payların da küçükte olsa bir düşüş olmuştur. 2018 yılından itibaren Migros’un payı düşmeye başlamış, BİM ve Şok market işletmelerinin payları artmıştır. BİM, 2020 yılında sektördeki en yüksek aktife sahip süpermarkettir. 5 yıllık dönemde Carrefoursa’nın ve Migros’un payları düzenli olarak azalmış, BİM ve Şok’un payları artmıştır.

Süpermarket sektöründeki şirketlerin aktif toplamına göre 2016-2020 yıllarına göre dağılımlarını gösteren grafik Şekil 4.2’de verilmiştir.

Şekil 4.2. Sektördeki işletmelerin aktif büyüklüklerinin yıllara göre dağılımı



Grafik incelendiğinde Carrefoursa ve Migros'ta azalan bir trend, BİM ve Şok market işletmelerinde artan bir trend olduğu görülmektedir. Bizim market işletmesinin inişli ve çıkışlı bir trend sergilemiş olsada beş yıllık dönemde sektörde son sırada yer almıştır.

Zincir market sektöründeki işletmelerin toplam hasılatlarının 2016-2020 yıllarına göre dağılımlarını gösteren sektör verileri Tablo 4.6'da verilmiştir.

Tablo 4.6. Sektördeki işletmelerin hasılatlarının yıllara göre dağılımı

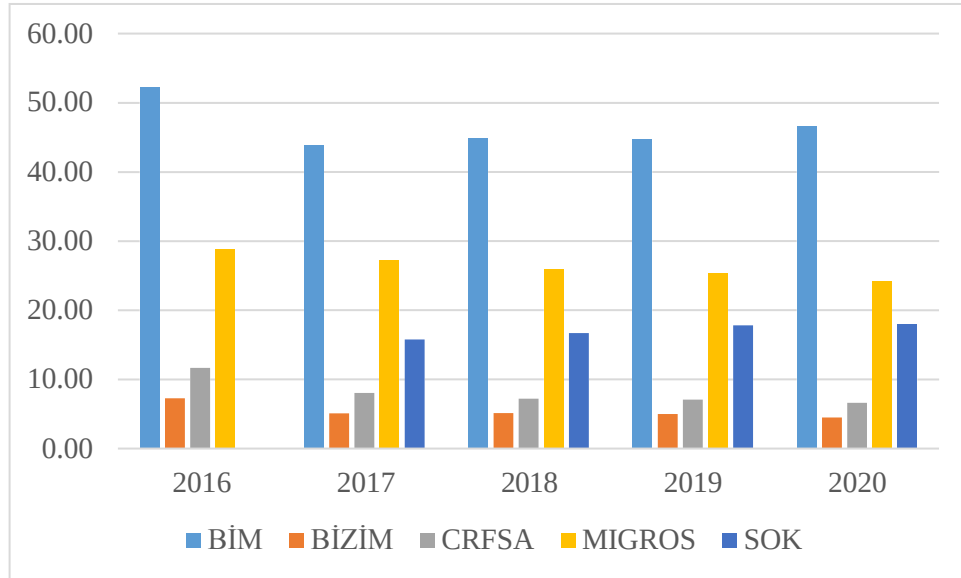
Şirketler	2016	2017	2018	2019	2020
BİM	52,25	43,86	44,87	44,66	46,67
BİZİM	7,27	5,13	5,17	5,02	4,51
CRFSA	11,69	8,07	7,22	7,09	6,66
MIGROS	28,79	27,16	25,99	25,40	24,21
SOK	0,00	15,79	16,74	17,83	17,96
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Borsa İstanbul'da işlem gören market işletmelerinin hasılatlarının toplamından oluşan sektör toplamının dağılımı incelendiğinde, BİM market işletmesinin 2016 yılında en

yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Şok market işletmesinin işlem görmeye başlamasıyla birlikte 2017 yılında sıralamalar ve paylarda değişim olmuştur. BİM en yüksek paya sahipken, Migros ikinci sırada yer almaktadır. Şok market işletmesi ise üçüncü sıradadır. BİM her geçen yıl sektördeki hasılat payını artırmıştır. Bizim, Carrefoursa ve Migros market işletmelerinin sektördeki payları hergeçen gün azalmaktadır. Şok market işletmesinin hasılatı her geçen yıl artmaktadır.

Zincir market sektöründeki işletmelerin hasılatların 2016-2020 yıllarına göre dağılımlarını gösteren grafik Şekil 4.3’de verilmiştir.

Şekil 4.3. Sektördeki işletmelerin hasılatlarının yıllara göre dağılımı



Sektördeki işletmelerin hasılatlarının dağılımı incelendiğinde en yüksek paya sahip işletmenin BİM; en düşük paya sahip işletmenin ise Bizim olduğu görülmektedir. Migros, Carrefoursa gibi işletmelerin sektördeki hasılatları hergeçen gün düşmektedir. Aktif toplamı incelendiğinde, analizin ilk dönemlerinde Migros işletmesinin daha yüksek tutarlarda aktifi olsada, BİM işletmesinin hasılat tutarı ondan yüksektir. Ülke genelinde birçok yerde şube açarak büyüyen küçük indirim marketleri niteliğindeki zincir marketlerin sektördeki payının arttığı görülmektedir.

4.6.2. Sektörün Maliyet Analizi Bulguları

Sektörün maliyet durumunu incelemek için sektördeki işletmelerin hepsinin birlikte dikey analizi yapılarak elde edilen bulgular bu kısımda verilmektedir. Market sektöründeki beş işletmenin 2016-2020 dönemine ait hasılat ve satışların maliyeti hesaplarının dikey analiz bulguları Tablo 4.7’de verilmektedir. Şok market işletmesinin 2016 yılı verisi olmadığı için sektör verisi 4 işletmenin verilerinin toplamından oluşmaktadır.

Tablo 4.7. Sektörün satışların maliyeti analiz bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Satışların Maliyeti	80	79	78	79	79
Brüt Satış Karı	20	21	22	21	21

Sektördeki market işletmelerinin hasılatlarının toplamı 100 olarak alınarak 2016-2020 döneminde her yıl için ayrı ayrı dikey analiz yapılmıştır. 2016 yılında Şok market işletmesinin verisi yokken satışların maliyeti hasılatın %80’i kadar olduğu görülmektedir. Sonraki 4 dönemde ise bir yıl hariç hasılatın %79’u kadar olduğu tespit edilmektedir. Beş yıllık dönemin ortalaması alındığında 100 liralık satışın 79 lirası satışların maliyetidir. 2016-2020 döneminde ortalama brüt satış karı oranı satışların yaklaşık %21’i kadardır. Diğer bir ifadeyle sektörde 100 liralık satış yapıldığında 21 lira brüt satış karı vardır. Diğer giderler yüksek olduğu için brüt satış karının artması için satışların maliyetini azaltıcı tedbirlerin alınması önerilmektedir.

4.6.3. Sektörün Gider Analizi Bulguları

Sektörün giderlerini incelemek için sektördeki işletmelerin hepsinin birlikte faaliyet giderlerinin dikey analizi yapılarak elde edilen bulgular bu kısımda verilmektedir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, genel yönetim giderleri ve finansman giderlerinin hangi giderlerden oluştuğunun incelenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. İşletmelerin faaliyet giderlerinin detaylı olarak incelenmesi

amaçlanmıştı. Ancak 5 market işletmesinin finansal tablo dipnotlarında faaliyet giderleri farklı başlıklar altında açıklandığından ve her market işletmesinin dipnotlarında detaylı gider verisi olmadığından söz konusu giderlere çalışmada yer verilememektedir. Market sektöründeki beş işletmenin gelir tablosunda sunulan faaliyet giderlerinin 2016-2020 dönemine ait dikey analiz bulguları Tablo 4.8’de verilmektedir. Şok işletmesinin 2016 yılı verisi olmadığı için sektör verileri 4 işletmenin verilerinin toplamından oluşmaktadır. Faaliyet giderleri kapsamında araştırma ve geliştirme giderleri olmadığı için tabloda verilmemiştir.

Tablo 4.8. Sektörün faaliyet giderleri analiz bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	15	16	16	15	14
Genel Yönetim Giderleri	2	2	2	1	1
Finansman Giderleri	2	3	3	3	3

Sektördeki market işletmelerinin hasılatlarının toplamı 100 olarak alınarak 2016-2020 döneminde her yıl için ayrı ayrı dikey analiz yapılmıştır. Beş yıllık dönemde hasılatın ortalama %15 oranında pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinin gerçekleştiği görülmektedir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri en yüksek paya sahip gider olarak görülmektedir. Aynı dönemde sektörün hasılatının ortalama yaklaşık %2’si genel yönetim giderlerinden oluşmaktadır. Aynı dönemde hasılatın yaklaşık ortalama %3’ü oranında finansman giderlerinin olduğu görülmektedir. Finansman giderleri genel yönetim giderlerinden daha fazladır. Sektörün 2018 yılından itibaren pazarlama, satış ve dağıtım giderleri ile genel yönetim giderlerinin azaldığı görülmektedir. Ancak finansman giderleri son dört yıldır aynıdır. Şirketlerin finansman giderlerini düşürecek finansman politikalarını geliştirmeleri önerilmektedir.

4.6.4. Sektörün Karlılık Analizi Bulguları

Sektörün karlılık durumunu incelemek için sektördeki işletmelerin hepsinin birlikte dikey analizi yapılarak elde edilen bulgular bu kısımda verilmektedir. Market

sektöründeki beş işletmenin 2016-2020 dönemine ait karlılık oranı bulguları Tablo 4.9'da verilmektedir. Şok market işletmesinin 2016 yılı verisi olmadığı için sektör verileri 4 işletmenin verilerinin toplamından oluşmaktadır.

Tablo 4.9. Sektörün karlılık analizi bulguları

Oranlar	2016	2017	2018	2019	2020
Brüt Kar Marjı	0,20	0,21	0,22	0,21	0,21
Faaliyet Kar Marjı	0,02	0,02	0,02	0,04	0,05
Net Kar Marjı	-0,001	0,011	0,007	0,002	0,019
Aktif Karlılık Oranı	-0,004	0,025	0,019	0,004	0,042
Özsermaye Karlılık Oranı	-0,02	0,24	0,11	0,04	0,29

İşletmelerin karlılık oranlarının ortalaması alınarakta sektör ortalaması hesaplanırdı. Ancak bu yöntem tercih edilmemiştir. Karlılık oranları sektördeki toplam tutarlar dikkate alınarak hesaplanmaktadır. Örneğin zincir market işletmelerinin hasılatlarının toplamı her yıl ayrı ayrı toplanmıştır. Aynı şekilde işletmelerin dönem net karları her yıl ayrı ayrı toplanmıştır. Sektörün dönem net karı toplamı sektörün hasılat tutarı toplamına bölünerek net kâr marjı hesaplanmıştır.

Brüt kâr marjı oranı sonuçları incelendiğinde, oranın 2016 yılında %20; 2017 yılında %21; 2018 yılında %22, 2019 ve 2020 yıllarında %21 olduğu görülmektedir. 2016 yılı ile 2020 yılı karşılaştırıldığında sektörün brüt kâr marjının arttığı tespit edilmektedir. Dolayısıyla her yıl satışlar artarken brüt satış karı da artmaktadır. Faaliyet kâr marjı 2016-2018 döneminde %2 civarındayken, 2019 yılında %4 ve 2020 yılında %5 civarında gerçekleşmiştir. Sektörde esas faaliyet kar marjınının brüt kâr marjından epeyce düşük olduğu görülmektedir. Zincir market işletmelerinin faaliyet kar marjları her geçen yıl artmaktadır.

Net kâr marjı rakamları incelendiğinde sektörün sadece 2016 yılında zarar ettiği ve net kâr marjının -0,001 olduğu tespit edilmektedir. Net kâr marjı 2017 yılında 0,011, 2018 yılında 0,007, 2019 yılında 0,002 ve 2020 yılında 0,019 düzeyinde olduğu tespit edilmektedir. Sektörün net kâr marjı oldukça düşüktür. Bazı market işletmelerinin

zarar etmeleri sektörün net kâr marjını düşürmektedir. Net kâr marjının en son yıl yaklaşık %2 olduğu düşünüldüğünde düşük bir kar marj ile çalışıldığı görülmektedir.

Aktif karlılık oranı sonuçları incelendiğinde oranın 2016 yılında negatif değer aldığı görülmektedir. Oran 2017 yılında %2,5 ve 2018 %1,9'dur. 2019 yılında oran binde 4 olarak hesaplanmıştır. 2020 yılında ise %4,2 düzeyindedir. Oranın yıllar itibariyle dalgalı bir trend izlediği görülmektedir.

Özsermaye karlılık oranı sonuçları incelendiğinde 2016 yılında oran negatifken, sonraki yıllarda inişli ve çıkışlı bir trend sergilemiş ve 2020 yılında %29 düzeyinde gerçekleşmiştir. 2016 yılı dışındaki dört dönemde oranın %4 ile %29 arasında değiştiği görülmektedir. Sektördeki işletmelerin zarar etmeleri özkaynaklarının tutarlarını düşürdüğünden oranın yüksek hesaplanmış olabileceği düşünülmektedir. Sektörün karlılık oranları genel olarak değerlendirildiğinde karlılık oranlarının düşük olduğu ifade edilebilir. Ancak 2020 yılı sektörün karlılığının arttığı bir yıl olarak düşünülmektedir.

4.6.5. Şirketlerinin Maliyet, Gider ve Karlılık Analizi Bulguları

Bu kısımda market işletmelerinin maliyet, gider ve karlılık analizleri yapılarak, işletmelerin bireysel performansları incelenmektedir. Bunun için sektördeki 5 market işletmesinin her biri için finansal analiz yapılmaktadır. İşletmelerin maliyet, gider ve karlılıklarını incelemek için oran ve dikey analiz yöntemleri kullanılarak, elde edilen bulgular değerlendirilmektedir.

4.6.5.1 BİM Birleşik Mağazalar A.Ş. Bulguları

BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılan analiz sonuçları bu kısımda değerlendirilmektedir. Öncelikli olarak işletmenin finansal durumunu değerlendirmek için bilanço ve gelir tablosundaki çeşitli hesaplar incelenmektedir. Finansal hesaplar değerlendirildikten sonra işletmenin beş yıllık döneme ait verileri kullanılarak maliyet, gider ve karlılık analizleri yapılarak analiz sonuçları değerlendirilmektedir.

BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden elde edilen finansal bulgular Tablo 4.10'da verilmektedir.

Tablo 4.10. BİM'in finansal verileri (bin lira)

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Aktif Toplamı	4.989.137	7.025.675	8.947.950	14.852.270	23.430.292
Özkaynaklar	1.901.177	2.957.880	3.512.016	4.237.290	7.175.687
Hasılat	20.071.717	24.779.408	32.322.987	40.211.942	55.495.364
Satışların Maliyeti	16.708.737	20.553.994	26.613.139	33.226.484	45.374.131
Brüt Satış Karı	3.362.980	4.225.414	5.709.848	6.985.458	10.121.233
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	2.245.309	2.770.661	3.663.526	4.278.730	5.608.409
Genel Yönetim Giderleri	334.415	415.774	516.480	640.439	815.913
Finansman Giderleri	22.872	10.489	12.596	663.539	828.409
Esas Faaliyet Karı	797.598	1.059.677	1.543.514	2.122.063	3.785.556
Dönem Net Karı	670.859	863.001	1.250.464	1.224.877	2.606.815

BİM market işletmesinin finansal verileri incelendiğinde hesapların 2016 yılından itibaren her yıl düzenli olarak arttığı 2020 yılında en yüksek değere ulaştığı görülmektedir. Aktifler 2016 yılında yaklaşık 5 milyar iken 2020 yılında 23,4 milyara yükselmiştir. Aynı dönemde özkaynaklar 1,9 milyar'dan 7,17 milyara yükselmiştir. Aktif ve özkaynakların birbirlerine paralel arttığı ifade edilebilir. Hasılat 2016 yılında 20 milyar iken, 2020 yılında yaklaşık 55,5 milyara yükseldiği görülmektedir. Satışların maliyeti hesabı 2016 yılında 16,7 milyar iken 2020 yılında 45,3 milyara yükselmiştir. Satışların maliyeti ile hasılat hesaplarının artış oranları arasındaki ilişki dikey analiz ile yorumlanması mümkündür. Brüt satış karı incelendiğinde, brüt satış karının 2016 yılında 3,3 milyar lira iken, 2020 yılında 10,1 milyara yükseldiği tespit edilmiştir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri 2016 yılında 2,2 milyar lira iken 2020 yılında 5,6 milyara yükselmiştir. Genel yönetim giderleri 2016 yılında 334 milyon lirayken, 2020 yılında 815 milyon liraya yükselmiştir. Finansman giderleri 2016 yılında 22 milyon lirayken, 2020 yılında 828 milyon liraya yükselmiştir. Finansman giderleri 5 yıllık dönemde 36 kat artmıştır. Finansman giderlerinin yükselmesinin nedenleri

araştırılmalıdır. Finansman giderlerini düşüren tedbirlerin alınması önerilmektedir. Aynı dönemde esas faaliyet karı 2016 yılında 797 milyon lira iken, 2020 yılında 3,78 milyara yükselmiştir. Dönem net karı 2016 yılında 670 milyon iken, 2020 yılında 2,6 milyara yükselmiştir.

BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.’nin 2016-2020 dönemi gelir tablosu verilerinden yararlanılarak hasılat ve satışların maliyeti hesabının dikey analiz sonuçları Tablo 4.11’de verilmektedir.

Tablo 4.11. BİM’in maliyet analizi bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Satışların Maliyeti	83	83	82	83	82
Brüt Satış Karı	17	17	18	17	18

Hasılat hesabı 100 kabul edilerek dikey analiz yapılmıştır. Şirketin gelir tablosunun beş yıllık dönemi incelendiğinde satışların maliyeti hesabının pek değişmediği görülmektedir. Satışların maliyeti hesabı analiz dönemi boyunca 3 dönemde %83; 2 dönemde %82 düzeyinde gerçekleşmiştir. 100 liralık satışın ortalama 83 lirası satışların maliyetini oluşturduğundan brüt satış karı 17 liradır. Satışların maliyetinin satışlara paralel arttığı ifade edilebilir. Beş yıllık dönemde genel olarak maliyetlerin genellikle aynı kaldığı düşünülmektedir.

İşletmenin hasılat ve satışların maliyeti arasındaki ilişkinin incelenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.’nin 2016-2020 dönemi hasılat ve satışların maliyeti hesaplarının önceli yıllara göre değişimleri yüzdesel olarak hesaplanarak elde edilen bulgular Tablo 4.12’de verilmektedir.

Tablo 4.12. BİM'in hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları

Hesap	2017	2018	2019	2020
Hasılat Hesabındaki Değişim	%23	%30	%24	%38
Satışların Maliyeti Hesabındaki Değişim	%23	%29	%25	%37

5 yıllık dönemde önceki dönem baz alınarak yapılan analizde 4 dönemlik değişim hesaplanmıştır. Hasılat ve satışların maliyeti arasında paralel bir artış olduğu ifade edilebilir. İki hesaptaki değişim 2017 yılında aynıken, 2018 yılında hasılat, 2019 yılında satışların maliyeti ve 2020 yılında da hasılat daha yüksek oranda artmıştır. İşletmenin maliyetlerindeki artışı fiyatlara yansıttığı ve haksız bir kazanç elde etmediği düşünülmektedir.

BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi gelir tablosu verilerinden yararlanılarak faaliyet giderlerinin dikey analizi yapılarak sonuçlar Tablo 4.13'de verilmektedir.

Tablo 4.13. BİM'in gider analizi bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri	11	11	11	11	10
Genel Yönetim Giderleri	2	2	2	2	1
Finansman Giderleri	0,11	0,04	0,04	1,65	1,49

Hasılat 100 kabul edilerek dikey analiz yapılmıştır. Şirketin gelir tablosunun beş yıllık dönemi incelendiğinde pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinin hasılatın ortalama %11'i düzeyinde gerçekleştiği görülmektedir. Gider küçük bir düşüş göstererek 2020 yılında hasılatın %10'unu oluşturmaktadır. Genel yönetim giderleri 2016-2019 döneminde hasılatın %2 oranında gerçekleşmiştir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderinde olduğu gibi 2020 yılında da genel yönetim giderlerimde düşüş olmuştur.

Gider hasılatın %1'ini oluşturmaktadır. Finansman giderleri 2016-2018 döneminde hasılatın %1'inden oldukça düşük düzeydedir. Ancak 2019 ve 2020 yıllarında finansman giderleri sırasıyla hasılatın %1,65 ve %1,49'unu oluşturmaktadır. Finansman giderlerinin aşırı yükselmesinin nedenleri araştırılmalıdır.

BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılan karlılık analizi bulguları Tablo 4.14'de verilmektedir.

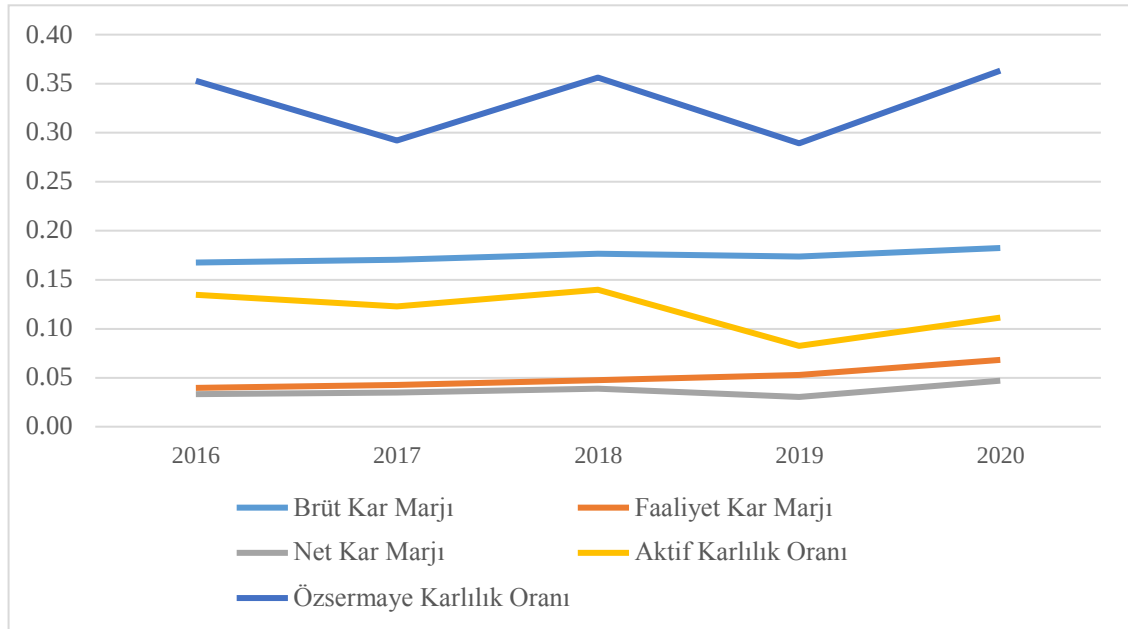
Tablo 4.14. BİM'in karlılık analizi bulguları

Oranlar	2016	2017	2018	2019	2020
Brüt Kar Marjı	0,17	0,17	0,18	0,17	0,18
Faaliyet Kar Marjı	0,04	0,04	0,05	0,05	0,07
Net Kar Marjı	0,03	0,03	0,04	0,03	0,05
Aktif Karlılık Oranı	0,13	0,12	0,14	0,08	0,11
Özsermaye Karlılık Oranı	0,35	0,29	0,36	0,29	0,36

Oran analizi hesaplar arasındaki ilişkiyi matematiksel olarak gösterdiği için karlılık rakamlarının oransal olarak yorumlanmasını kolaylaştırmaktadır. BİM işletmesinin brüt kâr marjı daha önce ifade edildiği üzere beş yıllık dönemde %17-%18 arasında değişmektedir. Faaliyet kâr marjı 2016 ve 2017 yıllarında %4 iken, 2018 ve 2019 yıllarında %5'e ve 2020 yılında ise %7'e yükselmiştir. Net kâr marjı %3 ile %5 arasında değişmektedir. Aktif karlılık oranı 2018 yılında %14'e kadar yükselmişken, 2019 yılında %8'e düşmüş ve 2020 yılında %11' yükselmiştir. İşletmenin yatırımlarının artmasından dolayı varlıklarının arttığı ve oranın düştüğü tahmin edilmektedir. Özsermaye karlılık oranı %29 ile %35 arasında değişmektedir. Şirketin karlılık oranları değerlendirildiğinde 2016-2018 yıllarında şirketin finansal performansı iyi seyrederken, 2019 yılında rakamların düştüğü ve 2020 yılında yükseldiği görülmektedir.

BİM Birleşik Mağazalar A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanarak hesaplanan oranları gösteren grafik Şekil 4.4'de verilmiştir.

Şekil 4.4 BİM'in karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı



BİM işletmesinin özsermaye karlılık oranı inişli çıkışlı bir trend izlemektedir. Brüt kâr marjı istikrarlı bir trend izlemektedir. Aktif karlılık oranı varlıkların artmasıyla düşmüş olabilir. Net karın artmasıyla oranın tekrar arttığı düşünülmektedir. Faaliyet kâr marjı artan bir trend izlemektedir. Genel olarak karlılık oranları inişli çıkışlı bir trend izleselerde artan iyi bir performans sergiledikleri ifade edilebilir.

4.6.5.2 BİZİM Toptan Satış Mağazaları A.Ş. Bulguları

BİZİM Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılan analizler ve bulguları bu kısımda değerlendirilmektedir. Öncelikli olarak işletmenin finansal durumunu değerlendirmek için bilanço ve gelir tablosundaki çeşitli hesaplara yer verilmektedir. Finansal hesaplar değerlendirildikten sonra işletmenin beş yıllık döneminin maliyet, gider ve karlılık analizi yapılarak bulgular değerlendirilmektedir.

BİZİM Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden elde edilen finansal bulgular Tablo 4.15'de verilmektedir.

Tablo 4.15. BİZİM'in finansal verileri

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Aktif Toplamı	579.208.528	709.304.772	842.182.879	1.140.646.596	1.520.081.297
Özkaynaklar	137.663.430	105.785.658	123.850.001	141.275.558	152.692.763
Hasılat	2.793.159.503	2.896.367.998	3.725.343.576	4.520.672.511	5.361.820.597
Satışların Maliyeti	2.552.611.137	2.651.840.103	3.315.956.510	4.005.212.864	4.780.180.603
Brüt Satış Karı	240.548.366	244.527.895	409.387.066	515.459.647	581.639.994
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	166.116.367	193.228.583	250.091.102	274.164.024	342.210.630
Genel Yönetim Giderleri	25.213.441	30.196.685	37.776.984	49.025.757	63.365.580
Finansman Giderleri	12.378.856	21.976.571	48.051.677	109.171.640	90.817.753
Esas Faaliyet Karı	14.843.987	12.146.482	19.854.750	18.898.955	15.915.693
Dönem Net Karı	1.376.142	-30.358.339	21.637.496	33.075.535	38.182.719

BİZİM market işletmesinin finansal verileri incelendiğinde aktif toplamı, özkaynaklar, hasılat gibi önemli hesaplarda her yıl artış olduğu görülmektedir. Aktif toplamı 2016 yılında 579 milyon lira iken, 2020 yılında 1,52 milyar liraya yükselmiştir. Özkaynaklar 2016

yılında 137 milyon lira iken, 2020 yılında 152 milyon liraya yükselmiştir. Hasılat 2016 yılında 2,7 milyar lira iken, 2020 yılında 5,3 milyar liraya yükselmiştir. Hasılatla paralel olarak satışların maliyetinde arttığı görülmektedir. Satışların maliyeti 2016 yılında 2,5 milyar lira iken, 2020 yılında 4,7 milyar liraya yükselmiştir. Brüt satış karı 2016 yılında 240 milyon lirayken, 2020 yılında 581 milyon liraya yükselmiştir.

Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri 2016 yılında 166,1 milyon lirayken, 2020 yılında 342,2 milyon liraya yükselmiştir. Genel yönetim giderleri 2016 yılında 25,2 milyon lirayken, 2020 yılında 63,3 milyon liraya yükselmiştir. Finansman giderleri 2016 yılında 12,3 milyon lirayken, 2020 yılında 90,8 milyon liraya yükselmiştir. Faaliyet giderlerinde her dönem arttığı görülmektedir. En fazla artışın finansman giderlerinde olduğu görülmektedir. Esas faaliyet karı 14,8 milyon lirayken, 15,9 milyona yükselerek beş yıllık dönemde yaklaşık %7 civarında artış görülmektedir. Dönem net

karı 5 yıllık dönemde inişli çıkışlı bir trend sergilemiştir. 2016 yılında dönem net karı 1,3 milyon lirayken 2017 yılında 30 milyon lira zarar vardır. 2018 yılında 21 milyon lira olan kar, 2019 yılında 33 milyona ve 2020 yılında 38 milyona yükselmiştir.

BİZİM Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi gelir tablosu verilerinden yararlanılarak satışların maliyeti hesabının dikey analiz sonuçları Tablo 4.16'da verilmektedir.

Tablo 4.16. BİZİM'in maliyet analizi bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Satışların Maliyeti	91	92	89	89	89
Brüt Satış Karı	9	8	11	11	11

Satışların maliyeti hesabındaki değişimin incelenmesi için hasılat hesabı 100 kabul edilerek dikey analiz yapılmaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde satışların maliyeti hesabı hasılatın 2016 yılında %91'iken, 2017 yılında %92'e yükselmiş ve 2018 yılında %89'a düşmüş ve 2019 ve 2020 yıllarında aynı seviyede kalmıştır. Brüt satış karı hasılatın 2016 yılında %9'u iken, 2017 yılında %8'e düşmüş ve 2018 yılında %11'e yükselmiştir. 2019 ve 2020 yıllarında da brüt satış karı %11'dir. 2020 yılı itibarıyla işletme 100 liralık satış yaptığında 89 lira satışların maliyetine katlanmakta ve 11 lira brüt satış karı etmektedir. İşletmenin brüt satış karını artırması için maliyetlerini düşürmesi önerilmektedir.

İşletmenin 2016-2020 döneminde hasılat ve satışların maliyeti arasındaki ilişkinin incelenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. BİZİM Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi hasılat ve satışlarının maliyeti hesaplarının önceki yıllara göre değişimleri yüzdesel olarak hesaplanarak elde edilen bulgular Tablo 4.17'de verilmektedir.

Tablo 4.17 BİZİM'in hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları

Hesaplar	2017	2018	2019	2020
Hasılat Hesabındaki Değişim	%4	%29	%21	%19
Satışların Maliyeti Hesabındaki Değişim	%4	%25	%21	%19

5 yıllık dönemde önceki dönem baz alınarak yapılan analizde 4 dönemin hesaplarındaki değişim hesaplanmıştır. Analiz bulguları incelendiğinde 2017 ile 2018 yıllarının karşılaştırılarak değişimin hesaplandığı 2018 yılı haricinde hasılat ve satışların maliyeti hesaplarının birbirlerine paralel bir artış gösterdiği görülmektedir. İşletmenin maliyetlerindeki artışı fiyatlara yansıttığı ve haksız bir kazanç elde etmediği düşünülmektedir.

BİZİM Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin 2016-2020 dönemine ait faaliyet giderlerinin dikey analiz bulguları Tablo 4.18'de verilmektedir.

Tablo 4.18. BİZİM'in gider analizi bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri	5,95	6,67	6,7%	6,06	6,38
Genel Yönetim Giderleri	0,90	1,04	1,01	1,08	1,18
Finansman Giderleri	0,44	0,76	1,29	2,41	1,69

Faaliyet giderlerinin hasılat ile arasındaki ilişkiyi incelemek için hasılat 100 kabul edilerek yapılan dikey analiz yapılmaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde faaliyet giderleri içerisinde en yüksek giderin pazarlama, satış ve dağıtım giderleri olduğu görülmektedir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri hasılatın 2016 yılında %5,95'ini oluşturmaktadır. Oran 2018 yılında %6,7'e yükselerek, 2019 yılında %6,06'a düşmüş ve 2020 yılında %6,38'e yükselmiştir. Genel yönetim giderleri 2016 yılında hasılatın %0,9'unu oluşturmaktadır. 2017 yılında %1,04'e yükselmiş ve 2018 yılında %1,01'e düşmüştür. 2019 yılında oran %1,08'e ve 2020 yılında %1,18'e yükselmiştir. Beş

yıllık dönemde genel yönetim giderlerinin, pazarlama, satış ve dağıtım giderlerine göre daha yüksek oranda arttığı görülmektedir. Finansman giderleri 2016 yılında hasılatın %0,44'ünü oluştururken, 2017 yılında %0,76'ını, 2018 yılında %1,29'unu, 2019 yılında %2,41'i ve 2020 yılında %1,69'unu oluşturmaktadır. Finansman giderleri 2016-2019 döneminde sürekli artmış ve 2020 yılında biraz düşmüştür. Beş yıllık dönemde finansman giderlerinin 3 kattan fazla arttığı görülmektedir. Finansman giderlerindeki artışın sebeplerinin araştırılması önerilmektedir.

BİZİM Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılan karlılık analizi bulguları Tablo 4.19'da verilmektedir.

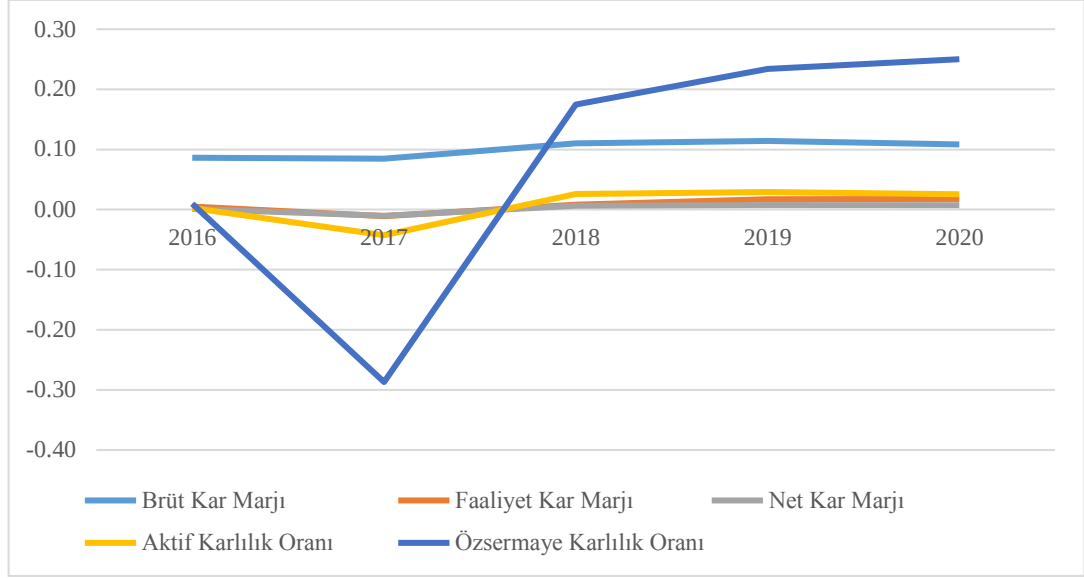
Tablo 4.19 BİZİM karlılık analizi bulguları

Oranlar	2016	2017	2018	2019	2020
Brüt Kar Marjı	0,09	0,08	0,11	0,11	0,11
Faaliyet Kar Marjı	0,005	-0,011	0,008	0,017	0,018
Net Kar Marjı	0,0005	-0,0105	0,0058	0,0073	0,0071
Aktif Karlılık Oranı	0,002	-0,043	0,026	0,029	0,025
Özsermaye Karlılık Oranı	0,010	-0,287	0,175	0,234	0,250

İşletmenin oran analizi bulguları incelendiğinde brüt kar marjının 2016 yılında 0,09 ve 2017 yılında 0,08 olduğu ve 2018 ile 2020 yıllarında 0,11 olarak sabitlendiği görülmektedir. Brüt kar marjının satışların maliyetinin yüksek olması nedeniyle düşük olduğu görülmektedir. Faaliyet kar marjı 2016 yılında binde 5 iken, 2020 yılında %1,8'e yükselmiştir. İlk yıllarda şirketin esas faaliyetiyle ilgili karının düşük olduğu, sonraki yıllarda yükseldiği görülmektedir. Diğer faaliyetlerle ilgili giderlerin yüksek oluşu dönem net karını düşürmüş olabileceği düşünülmektedir. Dönem net karı 2016 yılında onbinde 5 iken, 2020 yılında binde 7'e yükselmiştir. Dönem net karının arttığı tespit edilmektedir. Aktif karlılık oranı ilk iki yıl haricinde yatay bir trend izlediği görülmektedir. 2018-2020 döneminde %2 civarındadır. İşletmenin varlıkları arttıkça karlılığının aynı düzeyde kaldığı görülmektedir. Özsermaye karlılık oranı 5 yıllık dönemde iki kattan fazla artmıştır. 2016 yılında %1 iken, 2020 yılında %2,5'e yükselmiştir. İşletme özkaynaklarını verimli kullandıkça oran yükselmektedir.

BİZİM Toptan Satış Mağazaları A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden hesaplanan karlılık oranlarını gösteren grafik Şekil 4.5'de verilmiştir.

Şekil 4.5 BİZİM'in karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı



BİZİM şirketinin özsermaye karlılık oranı 2017 yılında düşmüş ve sonraki yıllar artan bir trend göstermiştir. Brüt kâr marjı istikrarlı bir trend izlemektedir. Aktif karlılık oranı ilk yıllarda düşmüş sonra yükselmiştir. Faaliyet kâr marjı artan bir trend izlemektedir. Net kâr marjı artan bir trend izlemiştir. Genel olarak karlılık oranlarının artan bir trend izlediği görülmektedir. Şirketin karını ve karlılığını artıracak tedbirler alması önerilmektedir.

4.6.5.3 Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş. Bulguları

Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılan analizler verilerek sonuçlar değerlendirilmektedir. Öncelikli olarak işletmenin finansal durumunu değerlendirmek için bilanço ve gelir tablosundaki çeşitli hesaplara yer verilmektedir. Finansal hesaplar değerlendirildikten sonra işletmenin beş yıllık döneminin maliyet, gider ve karlılık analizi yapılarak bulgular değerlendirilmektedir.

Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden elde edilen finansal bulgular Tablo 4.20'de verilmektedir.

Tablo 4.20 CARREFOURSA'nın finansal verileri (bin lira)

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Aktif Toplamı	3.023.255	3.245.310	2.648.883	3.693.252	4.585.989
Özkaynaklar	374.512	68.591	53.249	-301.938	17.078
Hasılat	4.492.266	4.556.668	5.203.360	6.385.696	7.914.987
Satışların Maliyeti	3.487.497	3.390.412	3.901.837	4.647.592	5.805.262
Brüt Satış Karı	1.004.769	1.166.256	1.301.523	1.738.105	2.109.726
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	1.062.982	1.016.625	1.172.671	1.369.225	1.641.811
Genel Yönetim Giderleri	121.486	131.681	161.356	162.338	164.946
Finansman Giderleri	147.986	189.044	270.505	455.447	394.344
Esas Faaliyet Karı	-446.231	-182.162	-323.568	510.172	628.458
Dönem Net Karı	-432.167	-305.809	-11.496	-343.081	-304.173

İşletmenin 2016 yılında toplam aktif tutarı 3,02 milyar lirayken, 2020 yılında 4,58 milyar liraya yükselmiştir. Şirketin aktifleri 2018 yılı haricinde artan bir trend izlemektedir. Aktif toplamı 5 yıllık dönemde yaklaşık %50 oranında arttığı tespit edilmiştir. Aynı dönemde özkaynaklar hesabında düşüş görülmektedir. Özkaynaklar 2016 yılında 374 milyon lirayken, 2020 yılında 17,07 milyon liraya düşmüştür. İşletmenin özkaynakları 2019 yılında negatif olup 301 milyon lira tutarındadır. 2020 yılında enflasyon düzeltmesi farkları, maddi duran varlık yeniden değer artışları geçmiş yıllar zararlarından mashup edilince özkaynaklar toplamı pozitif bir değer almış olabileceği düşünülmektedir.

İşletmenin hasılatı 2016 yılında 4,4 milyar lirayken, 2020 yılında 7,9 milyar liraya yükselmiştir. Satışların maliyeti 2016 yılında 3,4 milyar iken, 2020 yılında 5,8 milyar liraya yükselmiştir. Brüt satış karı 2016 yılında hesabı 1 milyardan, 2020 yılında 2,1 milyar liraya yükselmiştir. Brüt satış karındaki artış, hasılatındaki artıştan daha yüksektir.

Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri hesabı 2016 yılında 1,06 milyar lirayken, 2020 yılında 1,64 milyar liraya yükselmiştir. Genel yönetim giderleri hesabı 2016 yılında 121 milyon lirayken, 2020 yılında 164 milyon liraya yükselmiştir. Finansman giderleri 2016 yılında 147 milyon lirayken, 2020 yılında 394 milyon liraya yükselmiştir. 2016-2020 döneminde faaliyet giderlerinin hasıllata paralel olarak arttığı görülmektedir. Finansman giderleri diğer giderlerden daha yüksek oranda artmıştır.

İşletmenin esas faaliyet karı 2016 yılında 446 milyon lira zarardayken, 2020 yılında 628 milyar lira kara yükselmiştir. Dönem net karı incelendiğinde işletmenin 2016 yılında zararı 432 milyon lirayken, 2020 yılında 304 milyon lira zarar etmiştir. İşletme beş yıl boyunca sürekli zarar etmiştir. İşletmenin 2016-2020 döneminde beş yılda toplam 1,39 milyar lira zarar etmiştir. İşletmenin zarar etmesinin nedenlerinin araştırılması önerilmektedir.

Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi gelir tablosu verilerinden yararlanılarak hasılat ve satışların maliyetinin dikey analiz bulguları Tablo 4.21'de verilmektedir.

Tablo 4.21 CARREFOURSA'nın maliyet analizi bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Satışların Maliyeti	78	74	75	73	73
Brüt Satış Karı	22	26	25	27	27

İşletmenin hasılatı 100 kabul edilerek dikey analiz yapılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde satışların maliyetinin 2016 yılından itibaren 2018 yılı hariç düşme eğilimi gösterdiği görülmektedir. 2016 yılında satışların maliyeti hasılatın %78'ini oluştururken, 2020 yılında %73'ünü oluşturmaktadır. Satışların maliyetinin düşmesi brüt satış karını artırmaktadır. İşletmenin brüt satış karı 2016 yılında satışların %22'si oluştururken, 2020 yılında %27'sini oluşturmaktadır. 2018 yılının satışlarının maliyeti verisinin 2017 yılına göre yüksek olduğu, dolayısıyla brüt satış karında düştüğü görülmektedir.

Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi hasılat ve satışlarının maliyeti hesaplarının önceki yıllara göre değişimleri yüzdesel olarak hesaplanarak elde edilen bulgular Tablo 4.22'de verilmektedir.

Tablo 4.22. CARREFOURSA'nın hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları

Hesaplar	2017	2018	2019	2020
Hasılat Hesabındaki Değişim	%1	%14	%23	%24
Satışların Maliyeti Hesabındaki Değişim	-%3	%15	%19	%25

Hasılat ve satışların maliyeti hesaplarındaki değişim incelendiğinde hasılat hesabı 2017 yılında %1 artarken, satışların maliyeti %3 azalmıştır. 2018 yılında satışların maliyeti hesabı %15 artarken, hasılat hesabı %14 oranında artmıştır. 2019 yılında hasılat hesabı %23 oranında artarken, satışların maliyeti hesabı %19 oranında artmıştır. 2020 yılında hasılat %24 oranında artarken, satışların maliyeti %25 oranında artmıştır. 5 yıllık dönemin verileri incelendiğinde 2017 ve 2019 yıllarında hasıların satışların maliyetinden daha yüksek oranda arttığı; 2018 ve 2020 yıllarında da satışların maliyetinin hasılattan daha yüksek oranda arttığı görülmektedir.

Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi gelir tablosu verilerinden yararlanılarak faaliyet giderlerinin dikey analizi yapılarak bulgular Tablo 4.23'de verilmektedir.

Tablo 4.23. CARREFOURSA'nın gider analizi bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	23,66	22,31	22,54	21,44	20,74
Genel Yönetim Giderleri	2,70	2,89	3,10	2,54	2,08
Finansman Giderleri	3,29	4,15	5,20	7,13	4,98

İşletmenin hasılatı 100 kabul edilerek dikey analiz yapılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde pazarlama, satış ve dağıtım giderleri hesabın hasılatın 2016 yılında %23'ünü oluştururken, 2020 yılında %20,74'ünü oluşturmaktadır. İşletmenin pazarlama, satış ve dağıtım giderleri hesabının azaldığı görülmektedir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinin beş yıllık dönemde azaldığı görülmektedir. Genel yönetim giderleri hesabı incelendiğinde hasılatın 2016 yılında %2,7'sini oluştururken, 2020 yılında %2,08'ini oluşturmaktadır. Genel yönetim giderleride aynı dönemde düşüş göstermektedir. Finansman giderleri hesabı 2016 yılında hasılatın %3,29'unu oluştururken, 2020 yılında %4,98'ini oluşturmaktadır. Beş yıllık dönemde finansman giderlerinin %50'den fazla arttığı görülmektedir. Finansman giderlerinde artışın sebeplerinin araştırılması önerilmektedir.

Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak, işletmenin karlılık analizi oran analizi yöntemi kullanılarak yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 4.24'de verilmektedir.

Tablo 4.24. CARREFOURSA'nın karlılık analizi bulguları

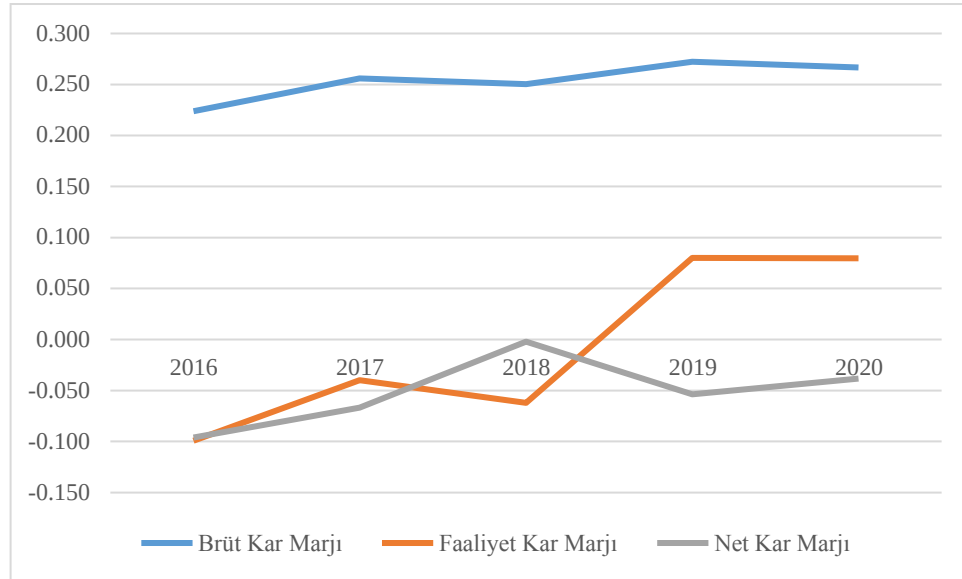
Oranlar	2016	2017	2018	2019	2020
Brüt Kar Marjı	0,224	0,256	0,250	0,272	0,267
Faaliyet Kar Marjı	-0,099	-0,040	-0,062	0,080	0,079
Net Kar Marjı	-0,096	-0,067	-0,002	-0,054	-0,038
Aktif Karlılık Oranı	-0,143	-0,094	-0,004	-0,093	-0,066
Özsermaye Karlılık Oranı	-1,154	-4,458	-0,216	1,136	-17,811

İşletmenin brüt kâr marjı oranı 2016 yılında %22,4, 2017 yılında %25,6, 2018 yılında %27,2, 2019 yılında %27,2 ve 2020 yılında %26,7 düzeyindedir. 5 yıllık dönemde brüt satış karının arttığı tespit edilmektedir. Faaliyet karlılığı incelendiğinde faaliyet zararının 2016 yılında %9,9 iken, oran düşerek 2018 yılında %6,2'e düştüğü görülmektedir. Faaliyet karı 2019 yılında %8 iken 2020 yılında %7,9'a düşmüştür. Faaliyet kâr marjının 2019 ve 2020 yılları hariç negatif olduğu görülmektedir.

İşletmenin net kar marjı incelendiğinde net zararın 2016 yılında %9,6 iken 2020 yılında %3,8'e düştüğü görülmektedir. Dönem net zararının azaldığı görülmektedir. Ancak beş yıllık dönemde ortalama %5 civarında işletmenin zarar ettiği ifade edilebilir. Dönem net karın negatif olması sebebiyle aktif karlılık oranı ve özsermaye karlılık oranları da negatiftir. Aktif karlılık oranı 2016 yılında -%14,3 iken, 2020 yılında -%6,6'a düştüğü görülmektedir. Aktif karlılık oranında bir artış olduğu zararın beş yıllık dönemde azaldığı görülmektedir. Dönem net zararının artmasıyla geçmiş yıllar zararları yükselmiş ve şirketin geçmiş yıllar zararları özkaynaklar hesabını düşürmüştür. Şirketin zarar etmesindeki sebeplerin araştırılması ve şirketin iyi bir gelir gider politikası izlemesi önerilmektedir.

Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden hesaplanan karlılık oranlarını gösteren grafik Şekil 4.6'da verilmiştir.

Şekil 4.6 CARREFOURSA'nın karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı



Aktif karlılık oranı ve özsermaye karlılık oranı çok düşük olduğu için diğer oranların grafikteki okunurluluğunu olumsuz etkilememesi için bu oranlar grafikte verilmemiştir. Şirketin brüt kâr marjı ve faaliyet kar marjının artan bir trend izlediği görülmektedir. Net kâr marjının inişli çıkışlı bir trend izlediği ve negatif değer aldığı tespit edilmiştir.

4.6.5.4 Migros Ticaret A.Ş. Bulguları

Migros Ticaret A.Ş.’nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılan analizler verilerek sonuçlar değerlendirilmektedir. Öncelikli olarak işletmenin finansal durumunu değerlendirmek için bilanço ve gelir tablosundaki çeşitli hesaplara yer verilmektedir. Finansal hesaplar değerlendirildikten sonra işletmenin beş yıllık döneminin maliyet, gider ve karlılık analizi yapılarak elde edilen bulgular bu kısımda değerlendirilmektedir.

Migros Ticaret A.Ş.’nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden elde edilen finansal bulgular Tablo 4.25’de verilmektedir.

Tablo 4.25. MİGROS’un finansal verileri (bin lira)

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Aktif Toplamı	6.337.404	10.302.675	10.884.861	13.817.048	15.378.059
Özkaynaklar	241.155	1.527.148	635.090	354.168	33.461
Hasılat	11.059.224	15.344.047	18.717.358	22.864.760	28.790.190
Satışların Maliyeti	8.097.682	11.262.081	13.468.821	16.745.635	21.391.323
Brüt Satış Karı	2.961.542	4.081.966	5.248.537	6.119.125	7.398.867
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	2.176.045	3.018.786	3.835.081	4.495.990	5.662.404
Genel Yönetim Giderleri	348.982	535.230	564.669	274.543	355.401
Finansman Giderleri	576.526	881.850	1.409.543	1.271.594	1.586.598
Esas Faaliyet Karı	340.155	302.823	441.090	831.224	1.033.952
Dönem Net Karı	-292.918	509.036	-835.437	-460.670	-402.949

İşletmenin 2016 yılında aktif toplamı 6,3 milyar lirayken 2017 yılında hızlı bir yükseliş ile 10,3 milyar liraya yükselmiştir. Aktif toplamı 2018 yılında 10,8 milyar, 2019 yılında 13,8 milyar ve 2020 yılında 15,3 milyar lira tutarındadır. Aktifin 5 yıllık dönemde %140’dan fazla arttığı görülmektedir. Özkaynaklar hesabı incelendiğinde 2016 yılında 242 milyon lirayken, 2020 yılında 33,4 milyon liraya düştüğü görülmektedir. Özkaynaklar 2017 yılında hızlı bir artış göstereceği 2018 yılından

itibaren düşmeye devam etmiştir. Dönem zararlarının artmasıyla işletmenin özkaynaklarının azaldığı görülmektedir.

İşletmenin hasılatı 2016 yılında 11 milyar lira iken, 2020 yılında 28 milyara yükselmiştir. Hasılatın yaklaşık %160 oranında arttığı tespit edilmiştir. Satışların maliyeti hesabı 8 milyar liradan, 21 milyar liraya yükselmiştir. Satışların maliyeti hesabı aynı dönemde yaklaşık %164 oranında artmıştır. Satışlardaki artıştan daha yüksek oranda satışların maliyeti hesabında artış olmuştur. Brüt kar hesabı 2016 yılında 2,9 milyar lirayken, 2020 yılında 7,3 milyar liraya yükselmiştir. Brüt satış karı hesabı aynı dönemde %149 civarında bir artış göstermiştir.

Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri 2016 yılında 2,17 milyar lirayken, 2020 yılında 5,66 milyar liraya yükselmiştir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri beş yıllık dönemde yaklaşık %160 oranında artmıştır. Genel yönetim giderleri hesabı 348 milyon liradan, 2020 yılında 355 milyon liraya yükselmiştir. Genel yönetim giderlerindeki artışın önemsizmeyecek kadar az olduğu görülmektedir. Finansman giderleri 2016 yılında 576 milyon lirayken, 2020 yılında 1,58 milyar liraya yükselmiştir. Finansman giderlerinin beş yıllık dönemde %175 oranında arttığı tespit edilmektedir. Finansman giderlerindeki artışın sebepleri araştırılması önerilmektedir.

İşletmenin faaliyet karı 2016 yılında 340 milyon lirayken, 2020 yılında 1,03 milyar liraya yükselmiştir. Faaliyet karında 2016-2020 döneminde yaklaşık %200 civarında bir artış olmuştur. Esas faaliyet gelirlerinin yüksek olması karı artırmış olabileceği düşünülmektedir. İşletmenin beş yıllık dönemde dönem net karının olduğu tek yıl 2017 yılı olup o yılda 509 milyon lira kar etmiştir. Dolayısıyla 2017 yılı hariç diğer yıllar hep zarar söz konusudur. En yüksek zararın görüldüğü yıl 2018 yılı olup toplam 835 milyon liradır. 2019 yılından itibaren dönem zararı düşüğe geçmiştir. 2020 yılında ise 402 milyon lira dönem net zararı vardır.

Migros Ticaret A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi gelir tablosu verilerinden yararlanılarak hasılat ve satışların maliyeti hesaplarının dikey analiz bulguları Tablo 4.26'de verilmektedir.

Tablo 4.26. MİGROS'un maliyet analizi bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Satışların Maliyeti	73	73	72	73	74
Brüt Satış Karı	27	27	28	27	26

İşletmenin hasılatı 100 kabul edilerek dikey analiz yapılmaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde satışların maliyeti hesabının hasılatın 2016 yılında %73'ünü oluştururken, oran 2017 yılında sabit kalmış ve 2018 yılında %72'e düşmüştür. Satışların maliyeti hasılatın 2019 yılında %73'üne ve 2020 yılında ise %74'üne yükselmiştir. Brüt satış karı hasılatın 2016 yılında %27'ini oluştururken, 2020 yılında %26'ını oluşturmaktadır. Brüt satış karı %26-%28 bandında değişim göstermektedir. 2018 yılından itibaren maliyetlerin arttığı ifade edilebilir.

Migros Ticaret A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi hasılat ve satışlarının maliyeti hesaplarının önceki yıllara göre değişimleri yüzdesel olarak hesaplanarak elde edilen bulgular Tablo 4.27'de verilmektedir.

Tablo 4.27. MİGROS'un hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları

Hesaplar	2017	2018	2019	2020
Hasılat Hesabındaki Değişim	%4	%29	%21	%19
Satışların Maliyeti Hesabındaki Değişim	%4	%25	%21	%19

Hasılat ve satışların maliyeti hesabındaki değişim incelendiğinde iki hesaptada değişimin aynı olduğu, 2017 yılında %4, 2019 yılında %21 ve 2020 yılında %19 oranında değiştiği görülmektedir. Hasılat 2018 yılında %29 oranında artmışken, satışların maliyeti ise %25 oranında artmıştır. Hasılat ve satışların maliyeti hesabındaki değişimin 2018 yılı haricinde aynı olduğu görülmektedir. 2018 yılında işletmenin küçük bir oranda daha yüksek oranda brüt satış karı olduğu görülmektedir.

Migros Ticaret A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi gelir tablosu verilerinden yararlanılarak faaliyet giderlerinin dikey analiz sonuçları Tablo 4.28'de verilmektedir.

Tablo 4.28. MİGROS'un gider analizi bulguları

Hesaplar	2016	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100	100
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	19,68	19,67	20,49	19,66	19,67
Genel Yönetim Giderleri	3,16	3,49	3,02	1,20	1,23
Finansman Giderleri	5,21	5,75	7,53	5,56	5,51

İşletmenin hasılatı 100 kabul edilerek dikey analiz yapılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde pazarlama, satış ve dağıtım giderleri beş yıllık dönemde %19,67 ile %20,49 arasında değiştiği görülmektedir. Genel yönetim giderleri 2016-2018 döneminde %3,02 ile %3,49 arasında değişmektedir. Genel yönetim gideri 2019 yılında düşerek %1,2 oranında gerçekleşmiştir. 2020 yılında ise %1,23 düzeyindedir. Finansman giderleri 2016-2018 döneminde artan bir trend göstererek %5,21'den %7,53'e yükselmiştir. Gider 2019 yılında %1,20'e düşmüş ve 2020 yılında %1,23 düzeyinde gerçekleşmiştir. İşletmenin beş yıllık dönemde pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinin ortalama %20 düzeyinde olduğu ve finansman giderlerinin ortalama %5 civarında olduğu görülmektedir.

Migros Ticaret A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak işletmenin karlılık analizi oran analizi yöntemi kullanılarak yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 4.29'de verilmektedir.

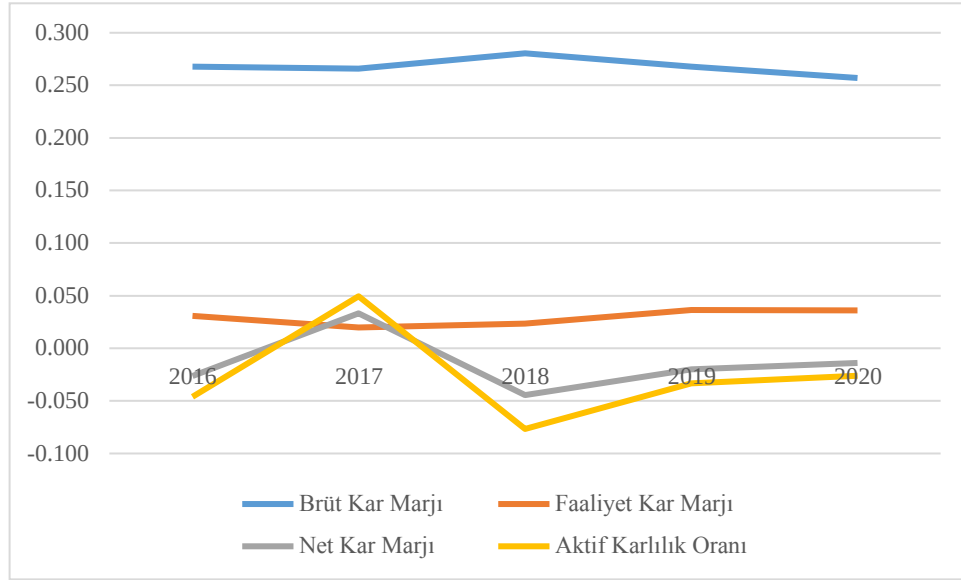
Tablo 4.29 MİGROS'un karlılık analizi bulguları

Oranlar	2016	2017	2018	2019	2020
Brüt Kar Marjı	0,27	0,27	0,28	0,27	0,26
Faaliyet Kar Marjı	0,03	0,02	0,02	0,04	0,04
Net Kar Marjı	-0,03	0,03	-0,04	-0,02	-0,01
Aktif Karlılık Oranı	-0,05	0,05	-0,08	-0,03	-0,03
Özsermaye Karlılık Oranı	-1,21	0,33	-1,32	-1,30	-12,04

Brüt kâr marjının beş yıllık dönemde %26 ile %28 arasında değişim gösterdiği görülmektedir. En yüksek brüt satış kârı %28 ile 2018 yılında, en düşük ise %26 ile 2020 yılında gerçekleşmiştir. Faaliyet kâr marjı beş yıllık dönemde %2 ile %4 arasında değişmektedir. Net kâr marjı 2017 yılı hariç diğer yıllarda işletmenin dönem net zararı vardır. Dönem net zararı azalan bir trend izlemektedir. Aktif karlılık oranı 2017 yılı hariç negatif değer almaktadır. Aktif karlılık oranının negatif değer olduğu yıllarda %3 ile %8 arasında bir değişim göstermektedir. Özsermaye karlılık oranı 2017 yılında %33 olup diğer yıllar zarar olduğu için negatif değer almaktadır. İşletmenin geçmiş yıllar zararının yüksekliği özkaynakların azalmasına neden olduğundan oran oldukça yüksektir.

Migros Ticaret A.Ş.'nin 2016-2020 dönemi finansal tablo verilerinden hesaplanan oranları gösteren grafik Şekil 4.7'de verilmiştir.

Şekil 4.7 MİGROS'un karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı



Özermaye karlılık oranı çok yüksek değer aldığından grafikte verilmemiştir. Brüt kâr marjında ufak tefek değişiklikler olsada aynı trendi izlediği görülmektedir. Aktif karlılık oranı ve net kâr marjı inişli çıkışlı bir trend izlemektedir. Faaliyet kâr marjı önce azalmış sonra yükselme trendine girmiştir. Genel olarak brüt kâr marjı hariç grafikteki diğer oranların 2019 ve 2020 yıllarında karlılık oranlarının yükseldiği görülmektedir.

4.6.5.5 Şok Marketler Ticaret A.Ş. Bulguları

Şok Marketler Ticaret A.Ş.'nin 2017-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılan analizler verilerek sonuçlar değerlendirilmektedir. Öncelikli olarak işletmenin finansal durumunu değerlendirmek için bilanço ve gelir tablosundaki çeşitli hesaplara yer verilmektedir. Finansal hesaplar değerlendirildikten sonra işletmenin beş yıllık döneminin maliyet, gider ve karlılık analizi yapılarak bulgular değerlendirilmektedir.

Şok Marketler Ticaret A.Ş.'nin 2017-2020 dönemi finansal tablo verilerinden elde edilen finansal bulgular Tablo 4.30'da verilmektedir.

Tablo 4.30. ŞOK şirketinin finansal verileri

Hesaplar	2017	2018	2019	2020
Aktif Toplamı	2.610.281.835	3.261.931.527	5.707.800.914	7.761.829.776
Özkaynaklar	-2.184.969.842	262.989.023	-26.864.823	253.897.878
Hasılat	8.920.324.690	12.060.771.860	16.051.963.222	21.353.835.397
Satışların Maliyeti	6.865.792.278	9.126.780.915	12.311.478.936	16.318.273.326
Brüt Satış Karı	2.054.532.412	2.933.990.945	3.740.484.286	5.035.562.071
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	1.809.788.792	2.432.466.837	2.771.035.995	3.473.128.697
Genel Yönetim Giderleri	63.861.971	71.753.605	97.705.649	160.669.722
Finansman Giderleri	367.180.227	263.653.169	572.691.851	576.970.639
Esas Faaliyet Karı	-47.596.756	4.086.686	322.294.974	848.959.944
Dönem Net Karı	-433.971.341	67.034.536	-298.329.722	271.911.626

İşletmenin aktif toplamı incelendiğinde 2017 yılında 2,6 milyar lira olan aktifin 2020 yılında 7,2 milyara yükselerek neredeyse 2 kat arttığı görülmektedir. İşletmenin 2017 yılında özkaynaklarının negatif olduğu görülmektedir. 2,18 milyar negatif özkaynaklar şirketin ciddi bir zararda olduğunu göstermektedir. 2018 yılında özkaynaklar 262 milyona yükselerek pozitif değer almıştır. Şirketin 2018 yılı finansal tabloları incelendiğinde sermaye artışına gittiği ve özkaynaklarda çeşitli hesaplarda düzeltmeler yaptığı tespit edilmektedir. 2019 yılında özkaynaklar hesabı tekrar negatif bir değer alsada 2020 yılında 253 milyona yükselmiştir.

Hasılatın 2017 yılında 8,93 milyar lira iken yaklaşık %140 oranında artarak 2020 yılında 21,3 milyara yükseldiği tespit edilmektedir. Aktiflerdeki artış hasılatındaki artıştan daha yüksek oranda olmuştur. İşletmenin varlıklarındaki büyüme oranı, hasılatına aynı oranda yansımamıştır. Satışların maliyeti hesabı 6,8 milyar lira iken, 2020 yılında 16,3 milyara yükselmiştir. Satışlardaki artış yaklaşık %140 düzeyinde gerçekleşmişken, maliyetlerdeki artışta hemen hemen aynı oranda gerçekleştiği görülmektedir. Brüt satış karı 2017 yılında 2,05 milyar lirayken, 2020 yılında 5,03 milyara yükselmiştir.

Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri 2017 yılında 1,8 milyar iken, 2020 yılında 3,4 milyar liraya yükselmiştir. Genel yönetim giderleri 2017 yılında 63 milyon lirayken, 2020 yılında 160 milyon liraya yükselmiştir. Finansman giderleri 2017 yılında 367 milyon lirayken, 2020 yılında 576 milyon liraya yükselmiştir. İşletmenin genel yönetim giderleri hesabında ciddi bir artış olmuştur. Genel yönetim giderlerinin azaltılması için önlem alınması önerilmektedir.

Esas faaliyet karı incelendiğinde 2017 yılında 47 milyon lira zarardayken, 2020 yılında 848 milyon kara geçmiştir. 4 yıllık dönemde esas faaliyet karı düzenli olarak artmıştır. Dönem net karı hesabı 2017 yılında 433 milyon lira zarardayken, 2018 yılında 67 milyon kara geçmiş ancak 2019 yılında 298 milyon zarar etmiş ve 2020 yılında 272 milyon kara geçmiştir. Dönem net karının artan satışlara paralel artması beklenmektedir.

Şok Marketler Ticaret A.Ş.'nin 2017-2020 dönemi gelir tablosu verilerinden yararlanılarak hasılat ve satışlarının maliyeti hesapları için dikey analiz yapılarak analiz sonuçları Tablo 4.31'de verilmektedir.

Tablo 4.31. ŞOK'un maliyet analizi bulguları

Hesaplar	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100
Satışların Maliyeti	76,97	75,67	76,70	76,42
Brüt Satış Karı	23,03	24,33	23,30	23,58

İşletmenin hasılat hesabı 100 kabul edilerek dikey analiz yapılmaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde satışların maliyeti hesabının %75,67 ile %76,97 arasında değiştiği görülmektedir. Satışların maliyetinin 4 yıllık dönemde ortalama yaklaşık %76 oranında gerçekleştiği ifade edilebilir. Hasılattan satışların maliyeti düşüldükten sonra elde edilen brüt satış karı 2017-2020 dönemidne %23,03 ile %24,33 arasında değişmektedir. İşletmenin brüt satış karı dört yıllık dönemde ortalama yaklaşık %23 oranında gerçekleşmiştir.

Şok Marketler Ticaret A.Ş.'nin 2017-2020 dönemi hasılat ve satışlarının maliyeti hesaplarının önceki yıllara göre değişimleri yüzdesel olarak hesaplanarak elde edilen bulgular Tablo 4.33'de verilmektedir.

Tablo 4.32. ŞOK'un hasılat ve satışların maliyetinin önceki yıla göre değişim bulguları

Hesaplar	2018	2019	2020
Hasılat Hesabındaki Değişim	%35	%33	%33
Satışların Maliyeti Hesabındaki Değişim	%33	%35	%33

Hasılat ve satışların maliyeti hesabının önceki yıla göre değişimleri incelendiğinde, 2018 yılında hasılatın satışların maliyeti hesabından daha yüksek oranda arttığı görülmektedir. 2019 yılında ise satışların maliyeti hesabı hasılatıdan daha yüksek oranda artmıştır. Hasılat ve satışların maliyeti hesabı 2020 yılında aynı oranda arttığı ifade edilmektedir. Şirketin hasılatı ile satışlarının maliyetinin birbirine paralel değişim gösterdiği görülmektedir.

Şok Marketler Ticaret A.Ş.'nin 2017-2020 dönemi gelir tablosu verilerinden yararlanılarak faaliyet giderlerinin dikey analizin sonuçları Tablo 4.33'da verilmektedir.

Tablo 4.33. ŞOK'un gider analizi bulguları

Hesaplar	2017	2018	2019	2020
Hasılat	100	100	100	100
Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri	20,29	20,17	17,26	16,26
Genel Yönetim Giderleri	0,72	0,59	0,61	0,75
Finansman Giderleri	4,12	2,19	3,57	2,70

İşletmenin hasılatı 100 kabul edilerek faaliyet giderlerinin dikey analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinin 2017 yılında

%20,29'iken, 2020 yılında %16,26'a düştüğü görülmektedir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinin düzenli olarak düştüğü tespit edilmektedir. Genel yönetim giderleri 2017 yılında %0,72'iken, 2018 yılında %0,59'a düşmüş, 2019 yılında %0,61'e ve 2020 yılında ise %0,75'e yükselmiştir. Genel yönetim giderlerinin yükselme sebepleri incelenmeli ve gideri düşürecek tedbirlerin alınması önerilmektedir. 2017-2020 döneminde finansman giderleri hasılatın %2,19 ile %4,12 arasında değişim göstermektedir. Finansman giderlerinin genel yönetim giderlerinden oldukça yüksek düzeyde olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Finansman giderlerin 2019 yılından sonra azalması olumlu bir gelişme olarak düşünülmektedir.

Şok Marketler Ticaret A.Ş.'nin 2017-2020 dönemi finansal tablo verilerinden yararlanılarak yapılan oran analizi bulguları Tablo 4.34'de verilmektedir.

Tablo 4.34. ŞOK'un karlılık analizi bulguları

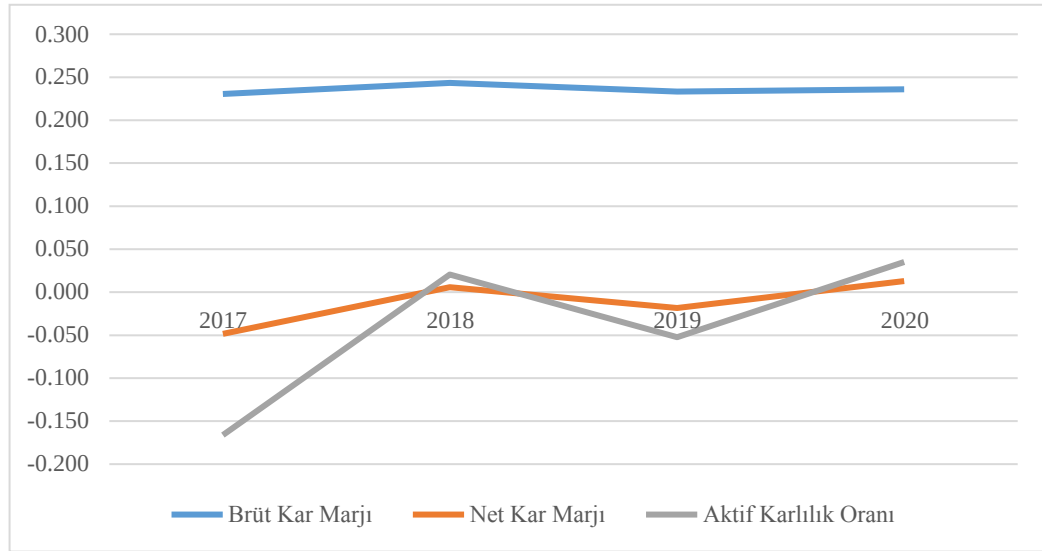
Karlılık Oranları	2017	2018	2019	2020
Brüt Kar Marjı	0,23	0,24	0,23	0,24
Faaliyet Kar Marjı	-0,0053	0,0003	0,0201	0,0398
Net Kar Marjı	-0,049	0,006	-0,019	0,013
Aktif Karlılık Oranı	-0,166	0,021	-0,052	0,035
Özsermaye Karlılık Oranı	0,199	0,255	11,105	1,071

İşletmenin brüt kâr marjının dört yıllık dönemde ortalama %23 civarında olduğu görülmektedir. Faaliyet kâr marjı oranı 2017 yılında negatifken, 2018 yılından itibaren pozitif değer almıştır. Oran ilk iki yıl çok düşüktür. 2019 yılında %2 ve 2020 yılında %3,98 düzeyinde gerçekleşmiştir. Net kâr marjının 2017 ve 2019 yıllarında negatif; 2018 ve 2020 yıllarında ise pozitif değer aldığı görülmektedir. Net kâr marjı pozitif olan yıllarda oldukça düşüktür. Şirketin net kâr marjının düşük olmasının sebepleri araştırılabilir. Aktif karlılık oranı zararın olduğu yıllarda negatif değer almıştır. Aktif karlılık oranı 2017 yılında %16,6 oranında zarardayken, 2020 yılında bu oranı %3,5 düzeyinde kara geçmiştir. Özsermaye karlılık oranı incelendiğinde oranın %19,9 ile %107 arasında değiştiği görülmektedir. İşletmenin zarar ettiği dönemlerde işletmenin özkaynaklar toplamının negatif olmasından dolayı oran pozitif hesaplanmaktadır.

Aktif karlılık oranında olduğu üzere 2017 ve 2019 yıllarında da özsermaye karlılık oranının negatif değer alması gerekirdi. Çünkü özsermaye karlılık oranı yüksek olup negatif değerdedir. İşletmenin acilen karını artırıcı tedbirler alması önerilmektedir.

Şok Marketler Ticaret A.Ş.'nin 2017-2020 dönemi finansal tablo verilerinden hesaplanan oranları gösteren grafik Şekil 4.8'de verilmiştir. Faaliyet kâr marjı ve özsermaye karlılık oranı değerleri çok yüksek olduğundan grafikte diğer oranların dağılımlarını olumsuz yönde etkileyeceğinden sekilde verilmemiştir.

Şekil 4.8 ŞOK'un karlılık analizi bulgularının yıllara göre dağılımı



ŞOK işletmesinin brüt satış karı 2017-2020 döneminde çok küçük oranlarda inişli çıkışlı bir seyir izlesede genel olarak yatay bir trend izlediği ifade edilebilir. Net kar marjı negatifken pozitif bir değer almış tekrar negatif değere düşmüş ve pozitif bir değer almıştır. Aktif karlılık oranı şirket zarar ettikçe negatif değer almış ve diğer oranlarda olduğu üzere daha yüksek oranda inişli çıkışlı bir trend izlemiştir. İşletmenin karlılık oranları birlikte değerlendirildiğinde brüt satış karı haricinde karlılık oranlarının istikrarlı bir trend izlemediği görülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Marketler tüketicilerin günlük hayatta en çok alışveriş yaptıkları iş yerleridir. Market sektörünün maliyet, gider ve karlılık analizinin yapılarak sektörün finansal durumunun incelenmesinin hem tüketiciler açısından hem de yatırımcılar açısından önemli bilgiler sunacağı düşünülmektedir. Borsa İstanbul’da toptan ve perakende sektöründe faaliyet gösteren 5 şirketin 2016-2020 dönemi finansal verileri kullanılarak maliyet, gider ve karlılıkların değerlendirilmesi için finansal analiz yapılmıştır. Çalışmada işletmelerin gelirleri, maliyetleri, giderleri, karları, aktif ve pasif hesapları incelenmektedir.

Sektörün toplam aktif 2016 yılında yaklaşık 15 milyar lirayken, 2020 yılında 52,6 milyara; özkaynaklar toplamı 2016 yılında 2,6 milyar lirayken 2020 yılında 7,6 milyar liraya yükselmiştir. Sektörün hasılatı 2016 yılında 38,4 milyar lirayken, 2020 yılında yaklaşık 119 milyara; satışların maliyeti 2016 yılında 30,8 milyar liradan 2020 yılında

93,6 milyar liraya yükselmiştir. Brüt satış karı 2016 yılında 7,5 milyar liradan, 2020 yılında 25 milyar liraya yükselmiştir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri hesabı 2016 yılında 5,6 milyar liradan 2020 yılında 16,7 milyar liraya yükselmiştir. Genel yönetim giderleri 2016 yılında 830 milyondan, 2020 yılında 1,5 milyar liraya yükselmiştir. Finansman giderleri 2016 yılında 759 milyondan, 2020 yılında 3,4 milyar liraya yükselmiştir. Esas faaliyet karı 2016 yılında 704 milyon liradan, 2020 yılında 6,3 milyar liraya yükselmiştir. Dönem net karı 2016 yılında -52 milyon lira zarardayken, 2020 yılında 2,2 milyar lira kara geçmiştir. Beş yıllık dönemde sektörün aktif toplamı %252 ve özkaynaklar toplamı %187 oranında artış göstermiştir. Aynı dönemde hasılat %209 artarken, satışların maliyeti %203 artış göstermiştir. Dolayısıyla brüt satış karı beş yıllık dönemde %233 oranında artmıştır.

Aynı dönemde pazarlama, satış ve dağıtım giderleri %196, genel yönetim giderleri %87 ve finansman giderleri %357 oranında arttığı tespit edilmiştir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri satışların maliyetinden sonra en yüksek giderdir. Satışların maliyetinden daha az oranda artmıştır. Genel yönetim giderlerinde artış sektörün genel yönetim giderlerini kontrol altında tuttuğunun bir göstergesi olarak düşünülmektedir.

Finansman giderlerindeki artışın sebeplerinin araştırılması gerekmektedir. Market sektöründeki işletmelerin dipnotları incelendiğinde finansman giderlerinin yüksek olmasının çeşitli sebepler olduğu görülmektedir. Kiralama yükümlülüklerinin doğan finansman giderleri, faiz giderleri, kambiyo zararları, kredi kartı komisyon giderleri ve çeşitli giderlerden oluştuğu tespit edilmektedir.

İşletmelerin aktif toplamının yıllara göre dağılımı incelendiğinde 2016 yılında Migros'un sektördeki en yüksek varlığa sahip işletme olduğu görülmektedir. 2017 yılında Şok işletmesinin de borsada işlem görmeye başlamasıyla birlikte Carrefoursa'nın payı önemli oranda azalmış, Bizim ve BİM'in Borsa İstanbul'da işlem gören market işletmelerinin verilerinin toplamından oluşan sektördeki payların da küçüğe olsa bir düşüş olmuştur. 2018 yılından itibaren Migros'un payı düşmeye başlamış, BİM ve Şok'un payları artmıştır. BİM, 2020 yılında sektördeki en yüksek aktife sahip market işletmesidir. 5 yıllık dönemde Carrefoursa'nın ve Migros'un aktif payları düzenli olarak azalmış, BİM ve Şok'un payları artmıştır. İşletmelerin hasılatlarının toplamından oluşan sektör toplamının dağılımı incelendiğinde BİM'in 2016 yılında en yüksek paya sahip işletme olduğu görülmektedir. Şok'un işlem görmeye başlamasıyla birlikte 2017 yılında sıralamalar ve paylarda değişimler olmuştur. BİM en yüksek paya sahipken, Migros ikinci sırada ve Şok üçüncü sırada yer almaktadır. Sektördeki işletmelerin hasılatlarının dağılımı incelendiğinde en yüksek paya sahip işletmenin BİM; en düşük paya sahip işletmenin ise Bizim olduğu görülmektedir. Migros, Carrefoursa gibi şirketlerin sektördeki hasılatları her geçen yıl düşmektedir. Aktif toplamı incelendiğinde Migros'un ilk yıllarda daha yüksek tutarlarda aktifi olsa da BİM'in hasılat tutarı ondan yüksektir. Ülke genelinde birçok yerde şube açarak büyüyen küçük indirim marketleri niteliğindeki zincir marketlerin sektördeki payının arttığı görülmektedir.

Sektörün brüt kâr marjı oranı sonuçları incelendiğinde brüt kar marjı 2016 yılında %20 iken, 2020 yılında %21'e yükselmiştir. 2016 yılı ile 2020 yılı karşılaştırıldığında sektörün brüt kâr marjının arttığı tespit edilmektedir. Her yıl hasılat artarken brüt satış karı da artmaktadır. Faaliyet kâr marjı 2016-2018 döneminde %2 civarındayken, 2019 yılında %4 ve 2020 yılında %5 civarında gerçekleşmiştir. Sektörde esas faaliyet kâr marjının brüt kâr marjından epeyce düşük olduğu görülmektedir.

İşletmelerin faaliyet kar marjları her geçen yıl artmaktadır. Net kar marjı rakamları incelendiğinde rakamların binde bir ile yüzde bir arasında değiştiği görülmektedir. Sektörün net kar marjının düşük olduğu düşünülmektedir. Aktif karlılık oranı sonuçları incelendiğinde, 2016 ve 2019 yıllarında oranın çok düşük olduğu görülmektedir. Aktif karlılık oranı diğer yıllarda %2 ile %4 arasında değişim göstermektedir. 2020 yılında net kar marjının yükseldiği tespit edilmektedir. Özsermaye karlılık oranı sonuçları incelendiğinde oran 2016 yılında negatifken, sonraki yıllarda inişli ve çıkışlı bir trend sergilemiş ve 2020 yılında %29 düzeyinde gerçekleşmiştir. Sektörün karlılık oranları genel olarak incelendiğinde düşük olduğu ancak 2020 yılında sektörün karlılığının önceki yıllara göre arttığı tespit edilmektedir.

BİM'in finansal verileri incelendiğinde hesapların 2016 yılından itibaren her yıl düzenli olarak arttığı 2020 yılında en yüksek değere ulaştığı görülmektedir. Aktifler 2016 yılında yaklaşık 5 milyar lira iken 2020 yılında 23,4 milyar liraya yükselmiştir. Aynı dönemde özkaynaklar 1,9 milyar liradan 7,17 milyar liraya yükselmiştir. Aktif ve özkaynakların birbirlerine paralel arttığı ifade edilebilir. Hasılat 2016 yılında 20 milyar lira iken, 2020 yılında yaklaşık 55,5 milyar liraya yükseldiği görülmektedir. Satışların maliyeti hesabı 2016 yılında 16,7 milyar lira iken 2020 yılında 45,3 milyar liraya yükselmiştir. Brüt satış karı hesabı incelendiğinde 2016 yılında 3,3 milyar lirayken, 2020 yılında 10,1 milyar liraya yükselmiştir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri 2016 yılında 2,2 milyar lirayken, 2020 yılında 5,6 milyar liraya yükselmiştir. Genel yönetim giderleri 2016 yılında 334 milyon lirayken, 2020 yılında 815 milyon liraya yükselmiştir. Finansman giderleri 2016 yılında 22 milyon lirayken, 2020 yılında 828 milyon liraya yükselmiştir. Esas faaliyet karı 2016 yılında 797 milyon lirayken, 2020 yılında 3,78 milyar liraya yükselmiştir. Dönem net karı 2016 yılında 670 milyon lira iken, 2020 yılında 2,6 milyar liraya yükselmiştir. Şirketin gelir tablosunun beş yıllık dönemi incelendiğinde satışların maliyeti hesabının pek değişmediği görülmektedir. Şirketin esas faaliyeti dışında diğer gelirlerinin ve karlarının dönem net karını düşürebileceği düşünülmektedir. Finansman giderlerinin çok yükseldiği görülmektedir. İşletmenin beş yıllık dönemde finansal durumunun iyi olduğu ifade edilebilir. Aynı dönemde aktifteki artıştan daha az oranda hasılat artmıştır. İşletmenin varlıklarını daha etkin kullanması önerilmektedir. Satışların maliyeti, hasılatındaki artıştan daha azdır. Dolayısıyla

işletmenin brüt karı daha yüksek oranda artmıştır. Finansman giderlerinde artışın sebepleri araştırılmalıdır.

BİZİM işletmesinin finansal verileri incelendiğinde aktif toplamı, özkaynaklar, hasılat gibi önemli hesaplarda her yıl artış olduğu görülmektedir. Aktif toplamı 2016 yılında 579 milyon lira iken, 2020 yılında 1,52 milyar liraya yükselmiştir. Özkaynaklar 2016 yılında 137 milyon lirayken, 2020 yılında 152 milyon liraya yükselmiştir. Hasılat beş yılda 2,5 milyar liradan, 4,78 milyar liraya yükselmiştir. Hasılatla paralel olarak satışların maliyetinin de arttığı görülmektedir. Esas faaliyet karı 14,8 milyon lirayken, 15,9 milyon liraya yükselerek beş yıllık dönemde yaklaşık %7 civarında artış görülmektedir. Dönem net karı 5 yıllık dönemde inişli çıkışlı bir trend sergilemiştir. 2016 yılında dönem net karı 1,3 milyon lirayken 2017 yılında 30 milyon lira zarar vardır. 2018 yılında 21 milyon lira olan kar, 2019 yılında 33 milyon liraya ve 2020 yılında 38 milyon liraya yükselmiştir. Beş yıllık dönemde net karı %2670 civarında artış göstermektedir. Çünkü 2016 yılındaki tutar düşük olduğundan oran yüksek hesaplanmıştır. Şirketin hasılatı ile satışlarının maliyeti incelendiğinde satışların maliyetinin azaldığı, buna bağlı olarak da brüt satış karı %9'dan %11'e yükseldiği görülmektedir. Pazarlama satış ve dağıtım giderleri %6-7 arasında değişmektedir. Genel yönetim giderleri beş yıllık dönemde hasılatın %1 civarındadır. Finansman giderleri beş yıllık dönemde %630 oranında artış göstermiştir. Şirketin pazarlama satış ve dağıtım giderleri aynı dönemde %100 civarında artış göstermiştir. Genel yönetim giderleri ise aynı dönemde %150 oranında artmıştır. Esas faaliyet karı binde bir civarında olup dönem net karı yüzde birin altındadır. İşletmenin aktifindeki artış hasılatındaki artıştan daha yüksektir. İşletmenin satışlarını artırıcı tedbirler alması önerilmektedir. Genel yönetim giderleri ve finansman giderlerini düşürücü tedbirler alması önerilmektedir.

Carrefoursa'nın aktif toplamı 5 yıllık dönemde yaklaşık %51 oranında artmıştır. Aynı dönemde özkaynakları %95 oranında düşüş görülmektedir. 2019 yılında 301 milyon lira özkaynak toplamı olmuştur. 2020 yılında enflasyon düzeltmesi farkları, maddi duran varlık yeniden değer artışları hesapları geçmiş yıllar zararlarından mahsup edilince özkaynaklar toplamı pozitif bir değer almıştır. Hasılat hesabı 2016 yılında 4,4 milyar lira iken 2020 yılında 7,9 milyar liraya yükselerek beş yıllık dönemde %76 oranında artmıştır.

Satışların maliyeti hesabı 2016 yılında 3,4 milyar lira iken, 2020 yılında

5,8 milyar liraya yükselerek %66 oranında artmıştır. Carrefoursa beş yıllık dönemde hasılatı satışların maliyetinden daha yüksek oranda artan tek işletmedir. Brüt satış karı hesabı 2016 yılında 1 milyar lirayken, 2020 yılında 2,1 milyar liraya yükselmiş ve %109 oranında artmıştır. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri beş yıllık dönemde %54; genel yönetim giderleri %35 ve finansman giderleri %%166 oranında artmıştır. Finansman giderlerinde artışın nedenleri araştırılmalıdır. Borçları finanse etmenin maliyeti yüksek olabilir. Esas faaliyet karı 2016 yılında 446 milyon lira zarardayken, 2020 yılında 628 milyar lira kara yükselmiştir. Dönem net karı 2016 yılında 432 milyon lira zarar deyken, 2020 yılında 304 milyon lira zarara düşmüştür. Şirket beş yıl boyunca sürekli zarar etmiştir. Beş yıllık zararlarının toplamı yaklaşık 1,40 milyar liradır. Şirketin kara geçebilmek için gerekli önlemleri alması önerilmektedir.

Migros'un 2016 yılında aktif toplamı 6,3 milyar lirayken, 2017 yılında hızlı bir ivmeyle 10,3 milyar liraya yükselmiş olup sonraki yıllarda yükselişe devam etmiş ve 2020 yılında 15,3 milyar liraya yükselmiştir. Şirket 5 yıllık dönemde varlıklarını %140'dan fazla artırdığı tespit edilmiştir. Özkaynaklar hesabı aktifte olduğu gibi artmamıştır. Özkaynaklar 2017 yılında 1,5 milyar liraya yükselmiş olsa da 2020 yılında 33 milyona kadar düşmüştür. Hasılat hesabı düzenli olarak artış göstermiştir. 2016 yılında 11 milyar lira olan hasılat 2020 yılında 28,7 milyara yükselmiştir. Hasılat yaklaşık %160 oranında artmıştır. Satışların maliyeti hesabı 2016 yılında 8 milyar lira iken, 2020 yılında 21 milyar liraya yükselmiştir. Satışların maliyeti hesabı aynı dönemde yaklaşık %164 oranında artmıştır. Satışlardaki artıştan daha yüksek oranda satışların maliyeti hesabında artış olmuştur. Satışların maliyetinin artmasının sebepleri araştırılmalıdır. Brüt kar hesabı 2016 yılında 2,9 milyar lirayken, 2020 yılında 7,3 milyar liraya yükselmiştir. Brüt satış karı hesabı aynı dönemde %149 civarında bir artış göstermiştir. Beş yıllık dönemde pazarlama, satış ve dağıtım giderleri %160; genel yönetim giderleri %1,8 ve finansman giderleri %175 oranında artmıştır. 2016-2020 döneminde esas faaliyet karı hesabında %200 civarı bir artış olmuştur. Esas faaliyet gelirlerinin yüksek olması faaliyet karını artırmış olabileceği düşünülmektedir. Dönem net karı hesabı 2017 yılı hariç hep negatiftir. Şirketin zararı 2018 yılında tavan yapmıştır. 2019 yılından itibaren dönem zararı düşüşe geçmiş olmasına rağmen 2020 yılında 402 milyon lira dönem net zararı vardır.

Şok'un aktif toplamı incelendiğinde 2017 yılında 2,6 milyar lira olan aktifin 2020 yılında 7,2 milyara yükselerek neredeyse %197 oranında arttığı görülmektedir. Şirketin 2017 yılında özkaynaklarının negatif olduğu görülmektedir. 2,18 milyar negatif özkaynaklar işletmenin ciddi bir zararda olduğunu göstermektedir. 2018 yılında özkaynaklar 262 milyona yükselerek pozitif değer almıştır. Şirketin 2018 yılı finansal tabloları incelendiğinde sermaye artışına gittiği ve özkaynaklarda çeşitli hesaplarda düzeltmeler yaptığı tespit edilmektedir. Hasılatın 2017 yılında 8,92 milyar lira iken %139 oranında artarak 2020 yılında 21,3 milyar liraya yükseldiği tespit edilmektedir. Aktiflerdeki artış hasılatındaki artıştan daha yüksek oranda olmuştur. Şirket varlıklarındaki büyüme oranını satışlarında yaşayamamıştır. Satışların maliyeti hesabı 2017 yılında 6,8 milyar lira iken, 2020 yılında 16,3 milyara yükselmiştir. Hasılatındaki artış %139 düzeyinde gerçekleşmişken, satışların maliyetindeki artış %137 oranında gerçekleşmiştir. Brüt satış karı 2017 yılında 2,05 milyar lirayken, 2020 yılında 5,03 milyar liraya yükselerek %145 oranında artmıştır. Dört yıllık dönemde pazarlama, satış ve dağıtım giderleri %91; genel yönetim giderleri %151 ve finansman giderleri %57 oranında artış göstermiştir. İşletmenin dört yıllık dönemde finansman giderlerindeki artış oranı diğer işletmelerden oldukça düşük düzeydedir. Dönem net karı 2017 yılında 433 milyon lira zarardayken, 2018 yılında 67 milyon lira kara geçmiş, 2019 yılında 298 milyon lira zarar etmiş ve 2020 yılında 272 milyon lira kara geçmiştir. İşletmenin zarar ettiği dönemlerde özsermaye karlılık oranının pozitif değer alması, şirketin özkaynaklar toplamının negatif olmasından kaynaklanmaktadır. Özsermaye karlılık oranı oldukça yüksek negatif değerlerdedir. Şirketin acilen karı artırıcı tedbirler alması önerilmektedir.

Borsa İstanbul'da market sektöründe yer alan işletmelerin genel olarak maliyet, gider ve karlılık analizleri yapılarak finansal durumları incelendiğinde, uygun fiyat ile satış yapan marketlerin satışlarının ve aktiflerinin arttığı tespit edilmektedir. İşletmeler arasında BİM'in en istikrarlı ve karlı market işletmesi olduğunu görülmektedir. Migros ve Carrefoursa gibi marketler her geçen yıl zararları artmaktadır. Halkın alım gücünün düşmesi sonucunda uygun fiyat ile ürün satan ve her yerde kolaylıkla ulaşabilecekleri zincir mağazaları olan marketlere yönelmiş olabilecekleri düşünülmektedir. Ülke genelinde bilinen büyük marketlerde hasılat ve aktif toplamı artsada işletmelerin dönem zararları artmakta ve özkaynakları eriyebilmektedir.

Çalışmanın asıl amaçlarından biride işletmelerin fiyat artışlarını bahane ederek satışların maliyetinden daha yüksek oranda fiyatları artırıp haksız kazanç elde edip etmediklerinin incelenmesidir. 2018 yılı Ağustos ayında aniden artan döviz kuru nedeniyle Türk Lirasının yüksek oranda değer kaybetmesinin sonucunda, maliyetlerinin arttığını ifade eden işletmeler satış fiyatlarını aniden yüksek oranda artırması ürünlerin fiyatlarının aniden yükselmesine neden olmuştu. Halkın alım gücü düşmüş ve marketlerin haksız yere kazanç elde edebilecekleri düşünülerek fiyatlara fahiş oranda zam yapan işletmelere cezai yaptırım uygulanmaktaydı. Bu amaç doğrultusunda çalışmada 2016-2020 döneminde her yılın hasılatları ve satışlarının maliyeti önceki dönem ile karşılaştırılarak işletmelerin haksız kazanç elde edip etmedikleri incelenmiştir. İşletmelerin dönem dönem hesaplarındaki artışlarda farklılıklar olsada genel olarak maliyetlerinden daha yüksek oranda fiyatlara artış yansıtmadıkları düşünülmele birlikte, 2018 yılında hasılatın, satışların maliyetinden daha yüksek oranda arttığı tespit edilmektedir. 2018 yılında işletmelerin daha yüksek oranda brüt kar elde etmiş olabilecekleri düşünülmektedir. Ancak ülke genelinde hipermarketleri olan büyük market zinciri olan işletmelerin bu dönemlerde yüksek oranda dönem net zararı ettikleri görülmektedir. Son beş yıldır döviz kurunda yaşanan hızlı yükseliş ve bunun sonucunda artan enflasyon ile bazı işletmelerin karlarının düştüğü ancak uygun fiyat ile satış yapan işletmelerin karını artırarak bu süreçte büyüdükleri tespit edilmektedir. Literatürde bundan sonraki çalışmalarda satışların maliyeti, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri ve finansman giderlerinin gider unsurlarının incelenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. İşletmelerin market zincirlerinin sayısının artırmalarının varlıklarını etkin kullanıp kullanma durumlarının da incelenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Abarbanell, J. S., & Bushee, B. J. (1997). Fundamental Analysis, Future Earnings, and Stock Prices. *Journal of Accounting Research*, 35(1), 1-24.
- Adar, Z., Barnea, A., & Lev, B. (1977). A Comprehensive Cost-Volume-Profit Analysis under Uncertainty. *The Accounting Review*, 52(1), 137-149.
- Ahmetoğulları, K. (2014). *Rekabet Stratejilerinin Uygulanmasında Yönetim Muhasebesinin Rolü*. Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Akdoğan, N., & Tenker, N. (2007). *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akgüç, Ö. (2013). *Mali Tablolar Analizi (Genişletilmiş 15.Baskı)*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Alaca, A. C. (2018). *Tam Zamanında Üretim Sisteminin Üretim Maliyetleri ve Maliyet Muhasebesi Açısından Değerlendirilmesi: Mobilya Üretim İşletmesinde Örnek Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Alamdari, F., & Fagan, S. (2005). Impact of the Adherence to the Original Low-cost Model on the Profitability of Low-cost Airlines. *Transport Reviews*, 25(3), 377-392.
- Albez, A. (2018). Erzurum Ölçeğinde Kırmızı Et Sektörü Karlılık ve Maliyet Analizi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 2969-2986.
- Alkan, H. (2003). *Maliyet Yönetim Aracı Olarak Hedef Maliyetleme Ve Devlet Orman Fidanlık İşletmelerinde Uygulanabilirliği*. Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü., Isparta.
- Allyn, R. G. (1944). An Approach to Financial Statement Analysis. *The Accounting Review*, 19(2), 187-192.
- Altun, E. (2016). *Beyaz Eşya Sektöründe Finansal Tablolar Analizi ve Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi., Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Apak, İ. (2018). *Stratejik Yönetim Muhasebesi Araçlarının İşletmelerin Finansal Performansı Üzerine Etkisi*. Doktora Tezi. Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.

- Avci, Ç. (2014). *Sürdürülebilirlik Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi*. Yüksek Lisans Tezi. Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bayburt.
- Banerjee, S., & Meitei, N. (2010). Effect of declining selling price: profit analysis for a single period inventory model with stochastic demand and lead time. *The Journal of the Operational Research Society*, 61(4), 696-704.
- Baños-Caballero, S., J.García-Teruel, P., & Martínez-Solano, P. (2014). Working capital management, corporate performance, and financial constraints. *Journal of Business Research*, 67(3), 332-338.
- Bayri, O. (2010). Tek Düzen Muhasebe Sistemine ve Türkiye Muhasebe - Finansal Raporlama Standartlarına Göre Gelir Tablolarının Biçimsel Yapısı, Kapsamı ve İçeriğinin Karşılaştırmalı Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(47), 95-110.
- Beaver, W. H. (1968). Market Prices, Financial Ratios, and the Prediction of Failure. *Journal of Accounting Research*, 6(2), 179-192.
- Bhimani, A., Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. (2015). *Management and Cost Accounting (Sixth Edition)*. United Kingdom: Pearson.
- Bilgili, G., Özçingirak, G., Güler, D., & Engindeniz, S. (2019). Kiraz Üretiminde Maliyet ve Karlılık Analizi: İzmir'in Kemalpaşa İlçesi Örneği. *TEAD*, 4(1), 1-8.
- Bilici, N. S., & Aydın, N. (2018). Konaklama İşletmelerinde Finansal Analizlere İlişkin Bir Örnek Olay İncelemesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(4), 2333-2355.
- Büyükipekci, S. (2004). *Sanayi İşletmelerinde Maliyet ve Yönetim Muhasebesi Uygulamaları: ISO 500' de Yer Alan İşletmeler Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Büyükmirza, H. K. (2013). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi (18.Baskı)*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Cebeci, Y. (2014). *Finansal Tablolar Analizi Açısından Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TFRS) Kapsamında Düzenlenen Finansal Tablolar ile Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği'ndeki (MSUGT) Finansal Tabloların Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , İstanbul.
- Ceylan, A., & Korkmaz, T. (2017). *Finansal Yönetim Temel Konular (10.Baskı)*. Bursa : Ekin Basım Yayın Dağıtım.

- Chen, K. H., & Shimerda, T. A. (1982). An Empirical Analysis of Useful Financial Ratios. *Financial Management*, 10(1), 51-60.
- Cinoğlu, A. (2019). *Yönetim Muhasebesi Çerçevesinde Stratejik Fiyatlandırma: Dışlı Üretim İşletmesinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Conine, T. E. (2013). Integrating Standard Cost-Volume-Profit and Degree of Operating Leverage with Accounting Variance Analysis. *Journal of Financial Education*, 39(3/4), 121-139.
- Çabuk, A., & Lazol, İ. (2016). *Mali Tablolar Analizi (16.Baskı)*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Çelik, Y. (2019). *Sürdürülebilir Rekabet Ortamında Yönetim Muhasebesi: ISO 500'de Yer Alan Otomotiv Firmaları Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Çetin, Ö. (2012). *Üretim İşletmelerinde Karlılık Analizlerinin Stratejik Yönetim Muhasebesi Açısından Değerlendirilmesi ve Bir Uygulama Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Damodaran, A. (1999). *Research and Development Expenses: Implications for Profitability Measurement and Valuation*. New York: NYU Working Paper No. FIN-99-024, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1297092>.
- Dayı, F. (2013). *Sağlık İşletmelerinde Uygulamalı Finansal Analiz*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Demir, O., & Kızıloğlu, S. (2012). Tortum-Uzundere Yöresinde Bulunan Alabalık İşletmelerinde Maliyet ve Karlılık Analizi. *Alinteri*(22), 16-25.
- Drury, C. M. (1992). *Management and Cost Accounting (Third Edition)*. Hampshire: Cengage Learning EMEA. Berlin: Springer Science+Business Media.
- Eldenburg, L. (1994). The Use of Information in Total Cost Management. *The Accounting Review*, 69(1), 96-121.
- Ercan, M. K., & Ban, Ü. (2012). *Finansal Yönetim*. Ankara: Gazi Kitabevi.

- Erturan, A. (2019). *İklimlendirme İşletmelerinde Finansal Tablolar Analizi ve Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eser, K. (2009). *Konaklama İşletmelerinde Stratejik Maliyet Yönetimi*. Yüksek Lisans Tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Faydalı, F. (2017). *Maliyet Dağıtım Anahtarlarının Bütünleşik Karar Verme Modeli İle Seçimi*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Filiz, H. (2019). *İnşaat işletmelerinde Finansal Tablolar Analizi Bir Firmada Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi., İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- FitzRoy, F. R., & Kraft, K. (1986). Profitability and Profit-Sharing. *The Journal of Industrial Economics*, 35(2), 113-130.
- Gadoiu, M. (2014). Advantages and Limitations of The Financial Ratios Used in The Financial Diagnosis of The Enterprise. *Scientific Bulletin – Economic Sciences*, 87-95.
- Galati, M., & Williams, R. (2013). Business Planning Considerations for a Healthcare Simulation Center. *The Comprehensive Textbook of Healthcare Simulation*, 625-632.
- Geddes, A. E., & Gordon, J. (1939). The Concept of Administrative Expenses in Accounting for Public-Assistance Expenditures. *2 Soc. Sec. Bull.*, 27.
- GeorgeVenieris, Naoum, V. C., & Vlismas, O. (2015). Organisation capital and sticky behaviour of selling, general and administrative expenses. *Management Accounting Research*, 26, 54-82.
- Göğebakan, H. (2019). *Bist 100'de İşlem Gören Enerji Sektörü İşletmeleri'nin Finansal Analiz Oranları ile Performans Tespiti*. Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Gül, U. (2018). *Müşteri Karlılık Analizinde Faaliyet Tabanı İle Zaman Etkenli Maliyet Yöntemlerinin Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gülgör, F. T. (2008). *Tekirdağ İlinde Faaliyette Bulunan Çeşitli Gıda Sanayi İşletmelerinin Ekonomik Yapıları ve Karşılaştırmalı Finansal Analizleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Günaydın, D. (2020). *Finansal Analiz Teknikleri ve Tekstil Sektöründe Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güven, B. (2016). *Türkiye'de Gıda Sektöründe Satışların Etkinliğini Değerleme Aracı Olarak Pazarlama Maliyetleri*. Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hansen, D. R., Mowen, M. M., & Heitger, D. L. (2006). *Cost Management (Fifth Edition)*. Ohio, USA: Cengage.

- Horrigan, J. O. (1968). A Short History of Financial Ratio Analysis. *The Accounting Review*, 43(2), 284-294.
- İncirci, A. (2017). *Hemşirelik Çalışanlarının Maliyet Gideri Yönetimi Algısı*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- İskenderoğlu, Ö., Karadeniz, E., & Ayyıldız, N. E. (2015). Enerji Sektörünün Finansal Analizi: Türkiye ve Avrupa Enerji Sektörü Karşılaştırması. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(3), 86-97.
- İşleyen, M., & Erden, F. F. (2019). Ankara İli Ayaş İlçesinde Kiraz Yetiştiriciliği Yapan Tarım İşletmelerinde Ürün Maliyetinin ve Kârlılık Düzeyinin Belirlenmesi. *TEAD*, 5(2), 68-81.
- İtik, Ü. M. (2021). Mali Tabloların Dikey Yüzdelere Yöntemi ile Analizi: Bist Turizm Sektöründe Bir Uygulama (2019). *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1034-1050.
- Kaldırım, Z. (2007). *Muhasebe Standart ve Uygulamalarına Göre Finansman Giderlerinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Ankara.
- KAP. (2021). *Kamuyu Aydınlatma Platformu*. Finansal Tablolar: <https://www.kap.org.tr/tr/> adresinden alındı
- Karaca, Ü., & Karaman, S. (2018). Türkiye Ana Arı Üretim Maliyeti ve Karlılık Analizi. *Anadolu J. of Aari*, 28(2), 17-28.
- Karahüseyin, S. E. (2020). *Turizm Sektöründe Finansal Oran Analizi: Örnek Firma Uygulamaları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karakaya, E. (2020). *TRB1 Bölgesinde Faaliyet Gösteren Elma İşletmelerinin Yapısal Özellikleri ve Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi*. Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Karancı, S. (2019). *Özel Eğitim Kurumlarından Özel Dersanelerde Katkı Payı Analizi ve Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Karapınar, A., & Zaif, F. (2016). *Finansal Analiz Uluslararası Finansal Raporlama Standartları İle Uyumlu (Gözden Geçirilmiş ve Yenilenmiş 4.Baskı)*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kaya, Ö. (2019). *Asimetrik Maliyet Davranışı Teorisi Açısından Şirketlerin Maliyet Davranışının İncelenmesi: THY, Turkcell ve Tüpraş örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Kefe, İ. (2017). *Kaynak Tüketim Muhasebesi ve Müşteri Karlılık Analizi: Üretim İşletmesinde Bir Uygulama*. Doktora Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

- Kılınç, Y. (2018). *Finansal Tablolar Analizi Açısından Vergi Denetimi: Bir Şirket Üzerinde Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Koçak, U. (2020). *Stratejik Maliyet Yönetimi Kapsamında Hedef Maliyetleme Yönteminin Analizi ve Bir Üretim İşletmesinde Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Koçan, M. (2017). *Faaliyet Gider Türlerinin Marka Değeri Üzerine Etkisi: Brand Finance Turkey-100'de Yer Alan Şirketlere Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Trabzon.
- Martínez-Sola, C., García-Teruel, P. J., & Martínez-Solano, P. (2014). Trade credit and SME profitability. *Small Business Economics*, 42(3), 561-577.
- McFarland, W. B. (1939). The Basic Theory of Standard Costs. *The Accounting Review*, 14(2), 151-158.
- Merdane, C. (2019). *İşletmelerde Yönetim Muhasebesi Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme: İstanbul'da Faaliyet Gösteren Orta Ölçekli İki Şirket Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Mizikovsky, I. E., Druzhilovskaya, T. Y., Druzhilovskaya, S., & Romanovskaya, E. P. (2018). Accounting for Costs and Expenses: Problems of Theory and Practice. n: Popkova E. (eds) *The Impact of Information on Modern Humans. HOSMC 2017. Advances in Intelligent Systems and Computing*, (s. 152-162). Cham: Springer.
- Noora, R. S., Hussain, F., Farooq, M. U., & Umair, M. (2020). Cost And Profitability Analysis of Cherry Produciton: The Case Study of District Quetta, Pakistan. *Big Data In Agriculture (BDA)*, 2(2), 65-71.
- Okka, O. (2018). *Analitik Finansal Yönetim*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Olefirenko, O. (2014). Methodic tools to optimize marketing expenses of the innovatively active industrial enterprises in Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*, 14(1), 44-50.
- Orman, F. (2017). *Türkiye'de Çimento Sektöründe Finansal Tablo Analizi ve Büyüme Trendleri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , İstanbul.
- Özdemir, A. (2018). *Antalya İli Karanfil Yetiştiriciliğinde Maliyet ve Karlılık Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Özgel, F. (2007). *İlaç Sektöründe Mali Tablolar Analizi ve Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , İstanbul.
- Padachi, K. (2005). Trends in Working Capital Management and its Impact on Firms' Performance: An Analysis of Mauritian Small Manufacturing Firms. *International Review of Business Research Papers*, 2(2), 45-58.

- Palaz, A. (2018). *Türkiye Mobilya İmalat Sektörünün Finansal Analizi; Altman Z Skor Modeli ve Oran Analizi Yöntemi Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , İstanbul.
- Raaij, E. M. (2005). The strategic value of customer profitability analysis. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(4), 372-381.
- Rasim, Z. (2004). *Otel İşletmelerinde Maliyet ve Yönetim Muhasebesi Uygulamaları: Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Sağiroğlu, B. (2019). *Türkiye'deki perakende sektörü karlılığının finansal analizi: Ampirik bir çalışma*. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Çanakkale.
- Sarp, H. (2018). *Demir Çelik Sektöründe Finansal Tablolar Analizi ve Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi., İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , İstanbul.
- Savcı, M. (2017). *Mali Tablolar Analizi (Güncellenmiş 7.Baskı)*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Singh, S. P., & Deshpande, J. V. (1982). Break-Even Point. *Economic and Political Weekly*, 17(48), 123-128.
- Subaşı, O. S., Seçer, A., Yaşar, B., Emeksiz, F., & Uysal, O. (2016). Türkiye’de muz üretim maliyeti ve karlılık durumu. *Mediterranean Agricultural Sciences*, 29(2), 73-78.
- Şamiloğlu, F., & Akgün, A. İ. (2015). *Finansal Tablolar Analizi (Güncellenmiş ve Gözden Geçirilmiş 2.Baskı)*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Şencer, A. İ. (2020). *Yönetim ve Maliyet Muhasebesi Bilgilerinin İşletme Kararlarına Etkisi: Tokat İlinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Tatar, F. (2020). *Sağlık Kurumlarında Maliyet Muhasebesi ve Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , 2020.
- Tekin, İ. (2017). *Finansal Analiz Teknikleri ve Finansal Analiz Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Adıyaman.
- Tetik, N. (2018). Mali Tablolar Analizine Giriş. B. Elmas içinde, *Mali Tablolar Analizi* (s. 1-20). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

- Tüfekçi, L. M. (2017). *Mobilyacılık Sektöründe Maliyet Muhasebesi Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma: Antakya Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Vargün, H. (2014). *Stratejik Maliyet ve Performans Yönetim Sistemlerinin Kurumsal Karne Entegrasyonu*. Doktora Tezi. Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Woelfel, C. J. (1987). Financial Statement Analysis For Colleges And Universities. *Journal of Education Finance*, 13(1), 86-98.
- Yağız, D. (2012). *Hisseleri İMKB'de İşlem Gören Enerji Şirketlerinin 2006-2010 Yıllarına İlişkin Finansal Tablolar Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yeşil, T. (2018). *Yönetim Muhasebesi Açısından Yapay Sinir Ağları Kullanılarak Başabaş Noktası Analizi: Tehlikeli Madde Taşımacılığı Alanında Bir Uygulama*. Doktora Tezi. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uşak.
- Yu, B. (2016). Is There a Tendency of the Rate of Profit to Fall? Theory, Evidence and an Adequate. *World Review of Political Economy*, 7(4), 411-423.
- Yücesan, A. (2014). *Otel İşletmelerinde Maliyetlerin Kontrolü ve Planlanması*. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

