
**KÂRLILIK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ VE KÂRLILIĞI
ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ANALİZİ:
BİR KOOPERATİF İŞLETMESİ
OLAN KONYA ŞEKER FABRİKASI**

**ANALYSIS OF THE FACTORS AFFECTING PROFITABILITY
SUSTAINABILITY AND PROFITABILITY: KONYA SUGAR
FACTORY WITH A COOPERATIVE OPERATION**

Nilgün KİNDİK - Alper ASLAN***

Özet

Değişen pazar koşullarında işletmeler kendi stratejilerini belirlerken karlılığı esas alırlar. Çünkü bir işletme kurulurken uzun vadeli olma ve işletmenin devamlılığını esas alarak kurulur. İşletmenin devamlılığını ve uzun vadede ekonomik faaliyetlerini yürütmesini sağlayan en temel şey ise karlılıktır. Bu yüzden bir firma ekonomik anlamda her adımında karlılığı esas alarak hamlelerini gerçekleştirir. Bu çalışmada, İstanbul Sanayi Odasına (İSO) kayıtlı olan ve 1993-2015'e kadar Türkiye'nin birinci 500 büyük sanayi kuruluşları içerisinde yer alan şirketler arasından Konya Şeker Fabrikası incelenmektedir. Konya Şeker Fabrikası kooperatif işletmeler içinde birinci 500 büyük sanayi kuruluşları arasından yüksek satış ve karlılık kalemlerinde sürekliliğini devam ettiren bir kuruluştur. Bu yüzden çalışmamızda Konya Şeker Fabrikası incelenmiştir. Yaptığımız literatür çalışmasında Konya Şeker Fabrikası üzerine 2006 yılında "İşletmelerde Örgüt Kültürünün İş Tatmini Üzerindeki Etkisi Ve Önemi" adlı bir yüksek lisans tezine

*İktisat Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat, kindiknilgun@gmail.com

**Prof. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat, alperaslan@nevsehir.edu.tr

rastlanmıştır. Bizim çalışmamızın temel amacı ise işletmelerde karlılığı etkileyen faktörleri Konya Şeker Fabrikasının verilerini kullanarak analiz etmektir.

Anahtar Kelimeler : *Karlılık, Kooperatif İşletmesi, Konya Şeker Fabrikası, Karlılığı Etkileyen Faktörler*

Abstract

Profitability is not taken as basis when vehicles determine their own strategies in changing market conditions. Establishment and establishment of a company. Profitability is the most basic thing that the business continues and the economic activities in the long run are to be carried out. Therefore, one step ahead is based on profitability. In this study,

Konya Şeker Fabrikası is examined among the companies registered in Istanbul Chamber of Industry (ISO) and among the first 500 major industrial establishments of Turkey up to 1993-2015. Konya Sugar Factory is one of the first 500 industrial enterprises among the cooperative enterprises and continues its continuity in high sales and profitability items. Therefore, Konya Sugar Factory has been studied in our work. In the literature study we made, a master's thesis titled "The Effect of Organizational Culture on Business Satisfaction and Its Importance in Business" was found on the Konya Sugar Factory in 2006. The main purpose of our work is to analyze the factors that affect the profitability in the enterprises using the data of Konya Sugar Factory.

Key Words : *Profitability, Cooperative Operation, Konya Sugar Factory, Factors Affecting Profitability*

GİRİŞ

Firmalar kar elde edebilmek amacıyla kurulurlar. Bu yüzden firmalar için kar çok önemli bir kavramdır. Kar bir işletmenin belirli bir dönem sonunda elde ettiği gelirle gider arasındaki olumlu farktır. Yani kısaca işletmenin maliyet fiyatıyla satış fiyatı arasındaki farktır.

Firmaların aslında temel amacı kısa dönemde aşırı kar elde etmek iken uzun dönemde bu karı sürdürülebilir kılmaktır. Yatırım kararı alırken bir firma o yatırımın kendisine kar getirip getirmeyeceğini ve uzun dönemde karının sürdürülebilir olup olmayacağını inceler ve buna göre karar verir.

Kar etmeyeceğini veya rakiplerine oranla daha az kar edeceğini bilen firma doğal olarak yatırım yapmayacaktır. (Aldemir vd. , 2016:321) Çünkü bu yatırım o firma için ölü bir yatırım olacaktır. Kar elde etmeye çalışan firmalar maliyetlerini minimum seviyede tutmak isterlerken satış fiyatlarını maksimum seviyeye çıkarmak isterler ve bunu başarabilmenin yollarını araştırırlar.

Bu çalışmada da işletmeler açısından çok önemli bir kavram olan karlılığın hangi faktörlerden etkilenebileceği ve karlılığın sürdürülebilirliği araştırılmıştır.

İşletmelerde Karlılık Ve Karlılığı Etkileyen Faktörler

Kar elde edebilmek bir firmanın en önemli amaçlarından birisidir. Hatta firmaların kuruluş gayeleri kar etmek ve uzun vadede bu karı sürdürülebilir kılmaktır. Kâr ; kâr=fiyat-maliyet şeklinde en basit haliyle ifade edebiliriz.

Firmalar için esas olan şey bir yatırım yaparken o yatırımın kendilerine kar getirip getirmeyeceğinin bilinmesidir. Kar elde etmek isteyen firmalar maliyetlerini minimum düzeyde tutmaya çalışırken fiyatlarını maksimum seviyeye çıkarmaya çalışırlar.

Bir firmanın üretim maliyeti hammadde giderleri, işçilik giderleri, makinelerinin yıpranma payları ve genel giderler gibi çok çeşitli kalemlerden oluşmaktadır. Ve bu kalemlerin her birinin aslında firmanın karına etkisi birbirinden farklıdır. Firmalar maliyetlerini oluşturan kalemlerin hangisinde güçlü olduğunu hangisinde daha zayıf olduğunu bilirlerse buna göre bir yöntem izleyerek güçlü olduklarını koruyup, zayıf oldukları maliyet kalemlerini geliştirerek maliyet konusunda avantajlı hale gelebilirler. Ve böylece karlarını daha yüksek seviyelere de çıkarabilirler. (duyguguncesi.net, 2017)

Kârlılığı Etkileyen Faktörler

1) İhracat Ve Karlılık İlişkisi

Hükümetler tarafından dış pazarlara açılmanın desteklenmesi, ticari engellerin kaldırılması ve ihracat yapacak firmalara gerekli kolaylıkların sağlanması firmaların ihracat yapmasını sağlamakta ve dış pazara açılmalarını kolaylaştırmaktadır. Dış pazarların daha çeşitli ve geniş olması rekabetin varlığı halinde yurt içi pazarlara kıyasla yüksek düzeyde kar imkanları sağlamaktadır. (Erokyar, 2008:25)

Ayrıca ihracat ve karlılık ilişkisini incelerken firmaların ölçeklerini göz önünde bulundurmakta da yarar vardır. Çünkü aslında firmanın ölçeği büyüdükçe ihracatın karlılık üzerindeki etkisi de artmaktadır. Yani küçük ölçekli bir işletmenin ihracat yaptığı durumdaki kar düzeyiyle ihracat yapmadığı durumdaki kar düzeyi arasındaki fark, büyük ölçekli işletmeye kıyasla çok azdır. İhracatın karlılığa olan büyük etkisi aslında daha çok büyük ölçekli firmalarda fark etmektedir.

Yaptığımız literatür incelemelerinde ulaştığımız sonuçlara göre ihracat ile karlılık arasında pozitif bir ilişki vardır. İhracat arttıkça firmaların karlılıkları da artmaktadır.

2) Pazar Payı Ve Karlılık İlişkisi

Pazar payı, bir firma tarafından üretilen ürünlerin satışının, o firmanın yer aldığı endüstri dalında üretilen tüm ürünlerin satışı içindeki

payı demektir. Pazar payı, firmaların elde ettiği kar miktarlarını açıklayan önemli değişkenlerden ve firmaların tekel gücünün ölçümünde önemli göstergelerdendir.

Araştırmalara göre pazar payının işletme karlılığı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu yüzden firma yöneticileri daha fazla kar elde edebilmek için pazar payını artıran stratejilere odaklanmaktadır. (Bharadwaj vd., 1993:1) Yani kısacası firmanın pazar payının büyük veya büyüyor olması o firmanın karlılığının da aslında arttığını göstermektedir.

3) Döviz Kuru Ve Karlılık Arasındaki İlişki

Firmanın kârlılığı, döviz kuru sürecinin kalıcı ve geçici bileşen varyansındaki değişimlere duyarlıdır. Döviz kuru sürecinde kalıcı bileşenin varyansında bir artış, firmanın karının büyüme hızında daha büyük değişkenliğe yol açmaktayken, geçici bileşenin varyansındaki artış ise firmanın karının büyüme hızında daha düşük değişkenliğe yol açmaktadır. (Barkoulas vd., 2001:565)

Yapılan literatür taraması ile ulaşılan sonuçlarda döviz kuru değerlemesinin firmanın ihracatını azaltmasına rağmen firmanın kârlılığını artırdığı ortaya çıkmıştır.

4) Satışlar Ve Karlılık İlişkisi

Firmalar karlılıklarını artırmak için yeni ürünler üreterek piyasaya sürerler ve satışlarını artırmaya çalışırlar. Zarar eden ürünleri üretimden kaldırmak yerine o ürünler üzerinde iyileştirici çalışmalar yapmak firmanın karlılığı açısından da daha etkin sonuçlar verecektir.

Yapılan bazı çalışmalarda satışlardaki artış ile karlılık arasında güçlü bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Satışları reel olarak artan firmaların, yüksek karlılığa ulaşma olanakları daha fazladır. Cari fiyatlara göre yapılan hesaplamalar bir anlam ifade etmeyecektir. Bu yüzden satışlarla karlılık arasındaki ilişkiyi doğru anlayabilmek için fiyat artış hızı da dikkate alınmalıdır. (Erokyar, 2008:25)

5) Sermaye Artırımı Ve Karlılık İlişkisi

Karlılık ile sermaye büyümesi arasında istatistiksel olarak pozitif bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Borç ve öz sermayeden oluşan finansal sermayede; karlılık ve öz sermaye arasında pozitif yönlü bir ilişki varken karlılık ile borç finansmanı arasında olumsuz bir ilişki vardır. (Fu vd., 2002:257)

6) Stoklar Ve Karlılık İlişkisi

Firmaların karlılığını etkileyen en önemli faktörlerden birisi de aslında stoklardır. Çünkü stok maliyeti diye bir kavram vardır. Bu maliyetin içinde stokları karşılamak için işletmenin ayırdığı sermaye miktarı, depolama giderleri, fire ve kalite kayıpları gibi kalemler yer almaktadır. Stok miktarı ve çeşitliliği arttıkça işletmenin bu stokları karşılayacağı sermaye miktarı da artmaktadır. Sermayenin depoda duracak bir mala bağlanması demek o sermayenin işletmeye getireceği tüm alternatif fırsatlardan vazgeçmek demektir. Bu yüzden gereğinden fazla stok yapmanın bir mantığı yoktur. Bunun yerine sağlam işleyen bir stok alt sistemi kurmak işletme için daha karlı olacaktır. Kurulacak olan bu stok alt sistemi sayesinde malların minimum ve maksimum stok seviyeleri ile tüketim hızları konusundaki istatistikler belirlenir. Böylece satışı yapılan mallar gereğinden fazla depoda beklemek zorunda kalmayacak ve bu mallar fire ve kalite kayıplarına uğramadan hak ettiği bedellerden satılıp işletmenin karlılığını olumlu yönde etkileyecektir. (duyguguncesi.net,2017)

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

✓ Liouville (1992, Volume 32) makalede ; ihracat oranıyla kârlılık oranı arasındaki ilişkiyi etkilemesi muhtemel ihtimal faktörleri araştırılmıştır. Ve sonuçta üç ihtimal faktörlerine ulaşılmıştır. Bunlar da şirketlerin büyüklüğü, iç pazarın büyüme hızı ve işletme portföyünün yapısı olmuştur. Ayrıca bu çalışmanın sonucunda belirli koşullar altında ihracat oranı ile kârlılık arasında olumlu bir bağlantı olduğu ortaya çıkmıştır.

✓ Holmes, Lim, Tran ve Vu (2014, Volume 21) çalışmada 2005'ten 2009'a kadar bir panel veri seti kullanılarak Vietnam'daki ihracat davranışları ve kâr artışı arasındaki bağlantı kantil regresyon yaklaşımı kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlar OLS kullanırken ihracat durumu ile sağlam kâr artışı arasında anlamlı bir bağlantı oluşturmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, kütleli bir yaklaşım kullanırken, kâr oranının yüksek olduğu ancak düşük kârlı büyüme oranlarına sahip firmalar için olumsuz bir şekilde ilişkili olan firmaların ihracat katılım oranı, kârlılık ile pozitif yönde ilişkili bulunmuştur.

✓ Wagner (2014, Volume 46) bu makale, Almanya'daki imalat sanayi işletmelerine, bir taraftan ihraç edilen ülkeler ve mallar arasındaki ihracat çeşitlendirmesi ile diğer taraftan ihracatçı firmaların kârlılığı arasındaki bağlantıları ilk kez araştırmak için özel olarak hazırlanmış bir veri seti kullanmıştır. Malların ihracat satışlarının daha az çeşitlendiği firmalarda ve varış ülkelerindeki kârlılığa göre daha çok çeşitlilik gösteren ihracat satışlarına sahip firmalarda kârın daha büyük olma sonucuna varılmıştır.

✓ Barkoulas, Baum ve Çağlayan (2001, Volume 23) bu çalışma, döviz kurundaki kalıcı ve geçici bileşenlerin kusurlu bilgi altında firmaların kârlılığı üzerindeki etkilerini araştırmaktadır. Çalışmanın sonucu döviz kuru sürecindeki bileşenlerin varyanslarının firmanın büyüme oranı üzerinde belirsiz etkilere sahip olacağını, ancak değişkenliğinde öngörülebilir etkileri olacağını göstermektedir. Döviz kuru sürecinde kalıcı (geçici) bileşenin varyansında bir artış, firmanın kârının büyüme hızında daha büyük (daha düşük) değişkenliğe yol açmakta ve dolayısıyla döviz kuru oynaklığının kaynağının etkilerini analiz etmede önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

✓ Ouyang ve Zhang (2017) bu makale, 2000-2006 yılları arasında Endüstriyel Firmaların Yıllık Araştırması (ASIF) ve Çin gümrük verisinden elde edilen örneği kullanarak, ihracat faaliyetleri ve karlılık da dahil olmak üzere firmaların RMB döviz kuru hareketine verdikleri cevapları incelemektedir. Sonuçta ise RMB değerlenmesinin firmanın ihracatını azaltmasına rağmen firmanın kârlılığını artırdığını ortaya koymuştur.

✓ Bharadwaj, Szymanski ve Varadarajan (1993, Volume: 57) pazarlama, yönetim ve ekonomi kalemlerinde bir dizi araştırmacı, pazar payı ile karlılık arasında bildirilen ilişkilerin geçerliliği ve genelleştirilebilirliği ile ilgili araştırmalar yapmışlardır.

Bu bağlamda, yazarlar, pazar payının ve kârlılığın ilişkili olup olmadığına değinmek ve bu ilişkinin büyüklüğünü hafifleten faktörleri incelemek için kırk sekiz araştırmadan elde edilen 276 pazar payı kârlılık bulgusu üzerinde bir meta-analiz gerçekleştirdiler. Yazarlar, sonuçta ortalama olarak pazar payının işletme kârlılığı üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu bulmuşlardır.

✓ Anderson, Fornell ve Lehmann (1994, Volume: 58) bu çalışmada müşteri memnuniyetini artırmanın ve pazar payının firmaya ekonomik bir katkısı olup olmadığı araştırılmıştır.

Kaliteyi ve müşteri memnuniyetini geliştirme çabalarında emek sarf eden bir çok firma müşteri memnuniyeti ve ekonomik getiriler arasındaki bağlantıyı sorgulamaya başlıyor.

Yazarlar bu bağın doğasını ve gücünü araştırıyorlar.

Beklentilerin, kalitenin ve fiyatın müşteri memnuniyetini nasıl etkilediğini ve müşteri memnuniyetinin karlılığı nasıl etkilediğini tartışıyorlar. Bunun sonucunda ulusal müşteri memnuniyeti endeksi ve yatırım getirisi gibi ekonomik getirilerin geleneksel muhasebe önlemleri kullanılarak test edilen bir dizi hipotez ortaya çıkar.

Bulgular, kalitenin müşteri memnuniyetini ve müşteri memnuniyetinin de kârlılığı olumlu yönde etkilediğini desteklemektedir.

Yazarlar hem ampirik bir tahmin hem de yeni bir analitik model kullanarak müşteri memnuniyetini artırmanın ekonomik faydalarını göstermektedir. Buna ek olarak, neden pazar payının artmasının müşteri memnuniyetini düşürdüğünü ve bu hipotez için ön ampirik destek sağladığını tartışıyorlar.

Son olarak, iki yeni bulgu ortaya çıkıyor: Birincisi, pazarın firma çıktılarının kalitesinden beklentileri, müşterilerin firma ile olan

genel memnuniyetini olumlu şekilde etkiliyor; İkincisi, bu beklentiler, küçük bir uyarlanabilir bileşen olsa da, çoğunlukla rasyoneldir sonucuna ulaşıyorlar.

✓ Fu, Huang ve Ke (2002, Volume: 18) bu makale, 1992-1997 döneminde Tayvan'daki 1276 küçük firmanın kârlılığı ile finansal sermaye arasındaki ilişkiyi inceliyor. Sonuçlar kârlılık ile sermaye büyümesi arasında istatistiksel olarak pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Finansal sermayeyi borç ve öz sermaye olarak ikiye ayırdığımızda, sonuçlar kârlılık ve öz sermaye finansmanı arasında belirgin bir pozitif ilişki olduğunu, ancak kârlılık ile borç finansmanı arasında önemli derecede olumsuz bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

✓ Aldemir, Altemur, Karaca ve Kocaman (2016, Volume:13) bu çalışma, firmaların kârlılık düzeylerinin açıklanmasında, finansal göstergelerinin anlamlılığını ve finansal göstergeler ile kârlılık değişkenleri arasındaki ilişkilerin ortaya konulmasını amaçlamaktadır. Bu çalışmada, İstanbul Sanayi Odasına (İSO) kayıtlı olan ve 1997' den 2013' kadar ilk 100 firma içerisinde yer alan ve BİST 100'de işlem gören şirketler arasından 15 şirket seçilmiştir.

Çalışmada, değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla panel regresyon modellerinden yararlanılmış ve tek model elde edilmiştir. Sonuç olarak, ekonomik kârlılık (bağımlı değişken) ile Net Kar Marjı, Alacak Devir Hızı, Kaldıraç Oranı ve Duran Varlıkların Aktif Toplamına Oranı (Bağımsız Değişkenler) arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ekonomik Kârlılık ile Cari Oran, Net İşletme Sermayesi / Net Satışlar ve Net İşletme Sermayesi Devir Hızı (Bağımsız Değişkenler) arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

✓ Akbulut ve Albayrak (2008, Volume: 7) Bu çalışmanın amacı İMKB sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların karlılık düzeyi değişkenlerini etkileyen en önemli finansal faktörleri araştırmaktır. Bu amaçla işletmelerin likidite, varlık kullanım etkinliği, sermaye yapısı, pazar değeri ve işletme büyüklüğü gibi farklı finansal alanlardaki 18 gösterge arasından seçilen en önemli değişkenlerle karlılık göstergeleri açıklanmaktadır.

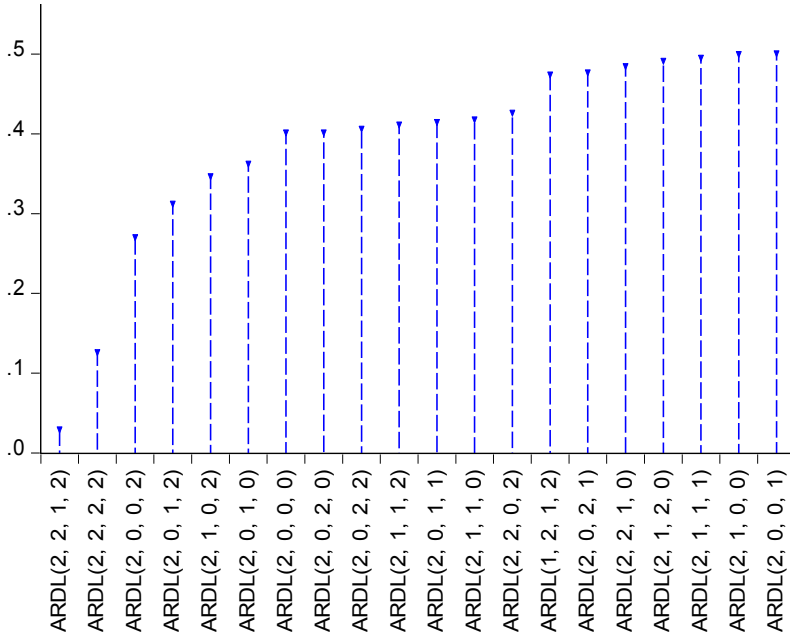
Araştırmanın ampirik bulguları işletmelerin karlılık düzeylerini açıklamada farklı finansal göstergelerin anlamlı olduklarını göstermektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE BULGULAR

Çalışmamızda ilk olarak değişkenlere Dickey-Fuller Testi (ADF) ve Phillips Perron Testi (PP) birim kök testi uygulanacaktır.

Serilerin eş bütünleşik olup olmadığı Johansen testiyle, modeldeki katsayı tahmini regresyon yöntemiyle ve değişkenler arasındaki nedensellik analizi ise Granger yöntemiyle test edilecektir.

Kısa dönemde karlılığın unsurları Konya Şeker Fabrikası için incelenmiş ve sonuçlar Tablo 1’de verilmiştir.



ŞEKİL 1. Akaike Bilgi Kriterine Göre Uygun Model Seçimi

Kısa Dönem Sonuçlar

Bağımlı Değişken : Kâr

Yöntem : ARDL

Tarih : 09/24/17

Saat : 12.42

Örnek(Düzeltilmiş) : 1996 2015

Gözlemler Dahil : 20 Düzeltmelerden Sonra

Maksimum Bağımlı Etiket : 2 (otomatik seçim)

Model Seçme Yöntemi : Akaike Bilgi Kriteri (AIC)

Dinamik Regresörler (2 gecikme, otomatik) : Hasılat, Aktif, Özsermaye

Sabit Regresörler : C

Değerlendirilen Model Sayısı : 54

Seçilen Model : ARDL (2, 2, 1, 2)

Karlılığı etkileyen faktörler hasılat, öz sermaye ve aktifler olmuştur.

Bunların yorumuna baktığımız zaman ise hasılat ve aktif büyüklüğü ile karlılık arasında negatif yönlü ilişki varken öz sermaye ile karlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Ayrıca bir önceki dönem karlılıkta mevcut karlılığı negatif yönde etkilemektedir.

Konya Şeker Fabrikası kısa dönemde hasılatını artırma çabası ile muhtemelen ürün fiyatlarını düşürmüş ve bunun sonucunda karlılık

Tablo 1:KISA DÖNEM

DEĞİŞKEN	KATSAYI	STANDART HATA	t- İSTATİSTİK	OLASILIK
Kâr(-1)	-0.269347	0.214131	-1.257864	0.2401
Kar(-2)	-0.499556	0.195593	-2.554057	0.0310
Hasılat	-2.099313	0.822932	-2.551018	0.0311
Hasılat(-1)	0.623417	1.113565	0.559839	0.5892
Hasılat(-2)	3.423804	1.449812	2.361550	0.0425
Aktif	-1.075045	0.781008	-1.376483	0.2019
Aktif(-1)	-2.529153	1.050532	-2.407498	0.0394
Öz Sermaye	1.143113	1.069373	1.068956	0.3129
Öz Sermaye(-1)	3.310878	1.232772	2.685718	0.0250
Öz Sermaye(-2)	-2.366362	0.890696	-2.656756	0.0262
C	0.125019	0.117967	1.059779	0.3169
R kare	0.922691	Ortalama Bağımlı var		0.108318
Düzeltilmiş R kare	0.836792	Standart Sapmaya Bağlı var		0.522761
Regresyonun Standart Hatası	0.211191	Akaike Bilgi Kriteri		0.029381
Toplam Kareli Artık	0.401413	Schwarz Kriteri		0.577034
Log. Olasılığı	10.70619	Hannan-Quin Kriteri		0.136289
F-İstatistik	10.74155	Durbin-Watson İstatistiği		1.706689
Prob(F-İstatistik)	0.000727			

negatif yönde etkilenmiştir.

Aktifler ve karlılık arasındaki ilişkiye baktığımız zaman ise Konya Şeker Fabrikası daha fazla kar elde edebilmek için aktif büyüklüğünü azaltmalı, öz sermayesini de artırmalıdır.

Tabloyu incelediğimizde Konya Şeker Fabrikası aktif büyüklüğünü %1 artırdığında karlılık %1,07 düşmekte, öz sermayesini ise %1 artırdığında karlılığı %1,14 artacak ve son olarak hasılatı %1 artırdığında da karlılık %2,09 düşmektedir.

Modelin uyum eğilimi gösteren R kare 0,92 ile karlılığı açıklamakta seçtiğimiz değişkenlerin uygun olduğunu göstermektedir. Modelin bir bütün olarak anlamlılığını gösteren F istatistiği 10,74 değer ve 0,000 olasılık değeri ile anlamlıdır.

Analizin ikinci aşamasında karlılık ile diğer değişkenler olan hasılat, öz sermaye ve aktif büyüklüğü arasında uzun dönemli anlamlı bir

Tablo 2:UZUN DÖNEM SONUÇLAR

F-Sınır Testi		Sıfır Hipotezi : Seviye ilişkisi Yok		
Test İstatistiği	Değer	Anlamlılık	I(0)	I(1)
			Asimptotik: n=1000	
F-İstatistiği	17.48562	10%	2.37	3.2
K	3	5%	2.79	3.67
		2.5%	3.15	4.08
		1%	3.65	4.66
			Sonlu Örnek: n=30	
Mevcut Örnek Boyutu	20			
		10%	2.676	3.586
		5%	3.272	4.306
		1%	4.614	5.966

ilişkinin (eşbütünleşik ilişki) olup olmadığı sınır testi ile incelenmiştir. Ve sonuçlar Tablo 2’de özetlenmiştir.

Tablo 2 incelendiğinde, F istatistiğinin 17,485’lik değeri ile %1’de dahi alt sınır ve üst sınır değerlerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Yani uzun dönemde karlılık ve diğer değişkenler arasında ilişki vardır.

Tablo 3:UZUN DÖNEM KATSAYI

DEĞİŞKEN	KATSAYI	STANDART HATA	t-İSTATİSTİK	OLASILIK
Hasılat	1.101195	1.019744	1.079874	0.3083
Aktif	-2.037532	0.967608	-2.105741	0.0645
Öz Sermaye	1.180183	0.484096	2.437911	0.0375
C	0.070676	0.068883	1.026036	0.3317

Bu ilişkinin ne derecede ve hangi yönde olduğunu görmek için ARDL uzun dönem sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

ARDL Uzun Süreli Form ve Sınır Testi

Bağımlı Değişken : D(Kâr)

Seçilen Model : ARDL(2, 2, 1, 2)

Durum 2 : Kısıtlanmış Sabit ve Eğilim Yok

Tarih : 09/24/17

Saat : 12:43

Örnek : 1994 2015

Gözlemler Dahil : 20

Tablo 3 incelendiğinde uzun dönemde hasılat ve öz sermaye karlılığı pozitif yönde etkilerken aktif büyüklük karlılığı negatif yönde etkilemektedir. Katsayılar incelendiğinde hasılatın 1,10 ve öz sermayenin de 1,18 büyüklüğünde karlılığı etkilediği görülmektedir. Yani Konya Şeker Fabrikası kısa dönemde hasılatı %1 artırdığında karlılık %2,09 düşmekte, uzun dönemde ise hasılatı %1 artırdığında karlılık %1,10 artacaktır.

Diğer iki kalemi de incelediğimizde Konya Şeker Fabrikası kısa

dönemde aktif büyüklüğünü %1 artırdığında karlılık %1,07 düşmekte, uzun dönemde ise aktif büyüklüğünü %1 artırdığında karlılık %2,03 düşmektedir. Konya Şeker Fabrikası kısa dönemde öz sermayesini %1 artırdığında karlılığı %1,14 artacak, uzun dönemde ise öz sermayesini %1 artırdığında karlılık %1,18 artacaktır.

Uzun dönemde ilişkinin olduğunun bir diğer göstergesi Tablo 4 Hata Düzeltme ARDL sonucunda görülmektedir.

Tablo 4: Hata Düzeltmeli ARDL SONUÇLARI

Bağımlı Değişken : D(Kâr)

Seçilen Model : ARDL(2, 2, 1, 2)

Durum 2 : Kısıtlanmış Sabit ve Eğilim Yok

Tarih : 09/24/17

Saat : 12:45

Örnek : 1994 2015

Gözlemler Dahil : 20

Tablo 4'e göre Hata Düzeltme terimi -1,76 hem negatif hem de istatistiki olarak anlamlıdır.

DEĞİŞKEN	KATSAYI	STANDART HATA	t-İSTATİSTİK	OLASILIK
D(Kâr(-1))	0.499556	0.090351	5.529091	0.0004
D(Hasılat)	-2.099313	0.568198	-3.694685	0.0050
D(Hasılat(-1))	-3.423804	0.784533	-4.364131	0.0018
D(Aktif)	-1.075045	0.245887	-4.372110	0.0018
D(Öz Sermaye)	1.143113	0.504979	2.263684	0.0499
D(Öz Sermaye(-1))	2.366362	0.595196	3.975771	0.0032
C(-1)*	-1.768904	0.157409	-11.23766	0.0000

R kare	0.937925	Ortalama Bağımlı var	0.035246
Düzeltilmiş R kare	0.909274	Standart Sapmaya Bağlı var	0.583390
Regresyonun Standart Hatası	0.175721	Akaike Bilgi Kriteri	-0.370619
Toplam Kareli Artık	0.401413	Schwarz Kriteri	-0.022113
Log. Olasılığı	10.70619	Hannan-Quin Kriteri	-0.302587
Durbin-Watson İstatistiği	1.706689		

*p-değeri t-sınır dağılımı ile uyumlu değildir.

F-Sınır Testi		Sıfır Hipotezi : Seviye İlişkisi Yok		
Test İstatistiği	Değer	Anlamlılık	I(0)	I(1)
F-İstatistiği	17.48562	10%	2.37	3.2
K	3	5%	2.79	3.67
		2.5%	3.15	4.08
		1%	3.65	4.66

Tablo 5’te modelin ön test sonuçları ekonometrik açıdan değerlendirilmiştir.

Ön test sonuçlarına göre Breusch-Godfrey oto korelasyon LM testi uygulanmış 1,12 F istatistiği, 0,37 olasılık değeri ile oto korelasyon problemine rastlanmamıştır.

Değişen varyans ARCH testi ile de modelde değişen varyans probleminin olmadığı 1,14 F istatistiği ve 0,30 olasılık değeri ile ortaya konmaktadır.

Tablo 5 Ön Test Sonuçları

Breusch-Godfrey Seri Korelasyon LM Testi:			
F-istatistik	1.123589	Prob. F(2,7)	0.3774

Bir diğer ön testimiz regresyon belirleme hata testi olan Ramsey Reset testidir.

Atlanan Değişkenler: Beş Değerli Kareler

Heteroskedasticity(Değişen Varyans)Testi: ARCH			
F-istatistik	1.141594	Prob. F(1,17)	0.3003

Ramsey Reset testine göre de 0,61 F istatistiği 0,45 olasılıkla modelde spesifikasyon hatası tespit edilememiştir.

Son ön testimiz ise modelin ardışık hataları ile ilgili olarak kırılmaların varlığı Cusum testi ile aşağıda incelenmiştir. Ve %5 anlam seviyesinde aralıkta sapmanın olmaması yapısal kırılmanın olmadığına işaret eder.

Ramsey Sıfırlama Testi	Değer	Serbestlik Derecesi	Olasılık
t-İstatistik	0.784076	8	0.4556
F-İstatistik	0.614776	(1, 8)	0.4556

SONUÇ

- Yaptığımız çalışmadan elde ettiğimiz sonuçlara göre bir işletme için olmazsa olmaz şey karlılıktır. Eğer işletme kar elde edemezse varlığını sürdüremez ve kısa sürede yok olur.

- Yatırım kararı verirken dikkat edilmesi gereken en önemli husus o yatırımın firmaya kar getirip getirmeyeceğidir. Bunu anlamak içinde sadece kısa dönemli analizler değil uzun dönemli analizleri de yapmakta fayda vardır.

- Çünkü kendi yaptığımız analizlerde de gördüğümüz gibi kısa dönemde karlılığı negatif etkileyen bir kalem uzun döneme geçildiğinde pozitif yönde bir etki sağlayabilmektedir. Çalışmamızda da görüldüğü gibi kısa dönemde hasılat ve aktif büyüklüğü Konya Şeker Fabrikasının karlılığını negatif yönde etkilerken uzun dönemde hasılat karlılığı pozitif yönde etkilemeye başlamıştır.

- Firmalar sadece kar etmeye çalışmazlar ayrıca elde ettikleri karın sürdürülebilir olmasına dikkat ederler ve bu yönde de stratejilerini geliştirirler.

KAYNAKÇA

- Albayrak A.S., Akbulut R., (2008), “Karlılığı Etkileyen Faktörler: İMKB Sanayi VE Hizmet Sektörlerinde İşlem Gören İşletmeler Üzerine Bir İnceleme”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 7, s: 55-83

- Aldemir S., Altemur N., Karaca S.S., Kocaman M., (2016), “Ekonomik Karlılığı Etkileyen Faktörler: İSO 500 Sanayi İşletmeleri Uygulaması”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 35, s: 320-332

- Anderson E.W., Fornell C., Lehmann D.R., (1994), “Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden”, Journal of Marketing, Cilt:58, Sayı: 3, s: 53-66

- Barkoulas J.T., Baum C.F., Caglayan M., (2001), “Exchange Rate

Uncertainty and Firm Profitability”, Journal of Macroeconomics, Cilt: 23, Sayı: 4, s: 565-576

- Bharadwaj S.G., Szymanski D.M., Varadarajan P.R., (1993), “An Analysis of the Market Share-Profitability Relationship”, Journal of Marketing, Cilt: 57, Sayı: 3, s: 1-18

- Erokyar Erkan (2008), “İşletmelerde Karlılık ve Karlılığı Etkileyen Faktörler” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

- Fu T.W., Huang Y.S., Ke M.C., (2002), “Capital Growth, Financing Source and Profitability of Small Businesses: Evidence from Taiwan Small Enterprises”, Small Business Economics , Cilt: 18, Sayı: 4, s:257-267

- Holmes M., Lim S., Tran T., Vu H., (2014), “Exports And Profitability: A Note From Quantile Regression Approach”, Applied Economics Letters, Cilt:21, Sayı:6, s:442-445

- Liouville J., (1992), “Under What Conditions Can Exports Exert a Positive Influence on Profitability?”, Management International Review, Cilt:32, Sayı:1, s:41-54

- Wagner J. (2014) “Is export diversification good for profitability? First evidence for manufacturing enterprises in Germany”, Applied Economics, Cilt:46, Sayı:33, s:4083-4090

- <http://www.duyguguncesi.net/isletme-nasil-kar-edecek-1/>, 19.09.2017