

**T.C
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞ-YL-2006-0002**

**İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI'NDA
(İMKB) İŞLEM GÖREN GIDA SEKTÖRÜ ŞİRKETLERİNİN FİNANSAL
PERFORMANSININ ÖLÇÜLMESİ VE ÖZSERMAYE KÂRLILIĞINI
ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ**

HAZIRLAYAN : Yasemin COŞKUN KADERLİ

DANIŞMAN : Prof. Dr. Selim BEKÇİOĞLU

AYDIN-2006

ÖZ

Oran analizleri, firmaların performanslarının değerlendirilmesinde kullanılan önemli bir tekniktir. Herhangi bir sektördeki firmaların rakiplere göre ve sektör ortalamalarına göre ne durumda olduğu oran analizleri vasıtasıyla kolaylıkla tespit edilebilir. Dolayısıyla, yatırımcılar oran analizlerini kullanmak suretiyle, bir sektördeki performansı en yüksek ve en düşük olan şirketleri tespit ederek, menkul kıymet borsalarında daha rasyonel yatırım kararları alabilirler. Böylece, yapılan yatırımlardan daha yüksek getiri elde edilebilirler.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Oran Analizleri, Du-Pont Kontrol Şeması, Performans Değerlemesi, Gıda Sektörü, Sektör Analizi.

ABSTRACT

Ratio analysis is an important technique in evaluating firms' performances. Financial performances of firms in any industry compare to their rivals and industry averages could be easily measured. Hence, by using ratio analysis, investors could identify firms with lowest and highest financial performance in an industry and make more rational investment decision in stock markets. Therefore, investors could receive higher returns from their financial investments.

KEY WORDS: Ratio Analysis, Du-Pont Control Schema, Performance Evaluation, Food Industry, Industry Analysis.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	i
ABSTRACT	i
İÇİNDEKİLER	ii
ÇİZELGELER LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
KISALTMALAR VE SİMGELER	xiv
GİRİŞ	1
MATERYAL VE METOT	3
Materyal	3
Metot	3

BİRİNCİ BÖLÜM

1.DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE GIDA SEKTÖRÜ	4
1.1.GIDA SEKTÖRÜNÜN TANIMI, TARİHÇESİ, KAPSAMI VE SORUNLARI	4
1.1.1. Gıda Sektörünün Tanımı.....	4
1.1.2. Türkiye’de Gıda Sektörünün Tarihçesi.....	5
1.1.3. Gıda Sektörünün Kapsamı.....	6
1.1.4. Gıda Sektörünün Sorunları.....	8
1.2. BİTKİSEL YAĞ SANAYİİ.....	9
1.2.1. Bitkisel Yağ Sanayinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi.....	9
1.2.2. Dünyada Bitkisel Yağ Sanayi.....	11
1.2.2.1. Dünyada Bitkisel Yağ Sanayinde Arz ve Talep.....	11
1.2.2.2. Dünyada Bitkisel Yağ Ticareti.....	12
1.2.3. Türkiye’de Bitkisel Yağ Sanayi.....	13
1.2.3.1. Türkiye’de Bitkisel Yağ Sanayinde Arz ve Talep.....	13
1.2.3.2. Türkiye’de Bitkisel Yağ Sanayinde Dış Ticaret.....	18
1.3. ET VE ET ÜRÜNLERİ SANAYİİ.....	20

1.3.1. Et ve Et Ürünleri Sanayinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi.....	20
1.3.2. Dünyada Et ve Et Ürünleri Sanayi.....	23
1.3.2.1. Dünyada Et ve Et Ürünleri Sanayinde Arz ve Talep.....	23
1.3.2.2. Dünyada Et ve Et Ürünleri Ticareti.....	24
1.3.3. Türkiye’de Et ve Et Ürünleri Sanayi.....	25
1.3.3.1. Türkiye’de Et ve Et Ürünleri Sanayinde Arz ve Talep.....	25
1.3.3.2. Türkiye’de Et ve Et Ürünleri Sanayinde Dış Ticaret.....	30
1.4. MEYVE-SEBZE İŞLEME SANAYİİ	32
1.4.1. Meyve-Sebze İşleme Sanayinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi.	32
1.4.2. Dünyada Sebze-Meyve İşleme Sanayi.....	34
1.3.2.1. Dünyada Sebze-Meyve İşleme Sanayinde Arz ve Talep....	34
1.3.2.2. Dünyada Sebze-Meyve İşleme Sanayinde Ticaret.....	37
1.4.3. Türkiye’de Meyve-Sebze İşleme Sanayi.....	39
1.4.3.1. Türkiye’de Meyve-Sebze İşleme Sanayinde Arz ve Talep..	39
1.4.3.2. Türkiye’de Meyve-Sebze İşleme Sanayinde Dış Ticaret.....	43
1.5. SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ SANAYİİ.....	45
1.5.1. Süt ve Süt Ürünleri Sanayinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi..	45
1.5.2. Dünyada Süt ve Süt Ürünleri Sanayi.....	47
1.5.2.1. Dünyada Süt ve Süt Ürünleri Sanayinde Arz ve Talep.....	47
1.5.2.2. Dünyada Süt ve Süt Ürünleri Ticareti.....	48
1.5.3. Türkiye’de Süt ve Süt Ürünleri Sanayi.....	48
1.5.3.1. Türkiye’de Süt ve Süt Ürünleri Sanayinde Arz ve Talep...	48
1.5.3.2. Türkiye’de Süt ve Süt Ürünleri Dış Ticaret.....	50
1.6. ŞEKER VE ŞEKERLİ ÜRÜNLER SANAYİİ.....	51
1.6.1. Şeker Ve Şekerli Ürünler Sanayinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi.....	51
1.6.2. Dünyada Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayi.....	53
1.6.2.1. Dünyada Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayisinde Arz, Talep ve Dış Ticaret.....	53
1.6.3. Türkiye’de Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayi.....	55

1.6.3.1. Türkiye’de Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayinde Arz ve Talep	
1.6.3.2. Türkiye’de Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayiinde Dış Ticaret.....	57
1.7. UN VE UNLU ÜRÜNLER SANAYİİ.....	58
1.7.1. Un ve Unlu Ürünler Sanayinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi..	58
1.7.2. Dünyada Un ve Unlu Ürünler Sanayi.....	58
1.7.2.1. Dünyada Un Ve Unlu Ürünler Sanayinde Arz, Talep ve Dış Ticaret.....	58
1.7.3. Türkiye’de Un ve Unlu Ürünler Sanayi.....	60
1.7.3.1. Türkiye’de Un ve Unlu Ürünler Sanayinde Arz ve Talep...	60
1.7.3.2. Türkiye’de Un ve Unlu Ürünler Sanayinde Dış Ticaret.....	61
1.8. SON ALTI YILDA (2000-2005) GIDA SANAYİİNDE ÜRETİM DEĞERLERİNİN SEYRİ.....	63

İKİNCİ BÖLÜM

2. FİRMALARIN FİNANSAL PERFORMANSLARININ ÖLÇÜLMESİNDE ORAN (RASYO) ANALİZLERİ VE ÖZSERMAYE KÂRLILIĞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	65
2.1. ORAN (RASYO) ANALİZLERİ.....	65
2.1.1. Oran Analizlerinin Tanımı, Niteliği ve Kapsamı.....	65
2.1.2. Oran Analizinde Kullanılan Oranların Sınıflandırılması.....	68
2.1.2.1. Firmaların Likidite Durumunun Analizinde Kullanılan Oranlar(Likidite Oranı).....	70
2.1.2.1.1. Cari Oran.....	71
2.1.2.1.2. Asit-Test Oranı (Likidite Oranı).....	75
2.1.2.1.3. Nakit Oranı (Disponibilite Oranı).....	76
2.1.2.2. Finansal Yapı ile İlgili Oranlar (Kaldıraç Oranları).....	78
2.1.2.2.1. Toplam Borçların Aktiflere Oranı.....	79
2.1.2.2.2. Toplam Borçların Özsermayeye Oranı.....	81

2.1.2.2.3. Faiz Karşılama Oranı.....	83
2.1.2.3. Çalışma Durumunun Analizinde Kullanılan Oranlar (Faaliyet Oranları).....	84
2.1.2.3.1. Alacak Devir Hızı.....	84
2.1.2.3.2. Stok Devir Hızı.....	87
2.1.2.3.3. Aktif (Varlık) Devir Hızı.....	89
2.1.2.4. Kârın Ölçülmesinde ve Değerlendirilmesinde Kullanılan Oranlar (Kârlılık Oranları).....	90
2.1.2.4.1. Net Kâr Marjı.....	91
2.1.2.4.2. Aktif (Varlık) Kârlılığı.....	92
2.1.2.4.3. Özsermaye Kârlılığı.....	93
2.2. Du-Pont Kontrol Şeması ve Özsermaye Kârlılığını Etkileyen Faktörler.....	94

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI'NDA (İMKB) İŞLEM GÖREN BAZI GIDA SEKTÖRÜ FİRMALARININ ORAN ANALİZLERİ YOLUYLA FİNANSAL PERFORMANSLARININ ÖLÇÜLMESİ VE BUNLARIN ÖZSERMAYE KÂRLILIĞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN (AĞIRLIĞININ) BELİRLENMESİ	102
3.1. ANALİZE TABİ TUTULAN GIDA SEKTÖRÜ FİRMALARI İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER.....	102
3.2. GIDA SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN VE İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI'NDA (İMKB) İŞLEM GÖREN BAZI FİRMALARIN 1993-2002 YILLARI ARASINDAKİ FİNANSAL ORANLARI.....	109
3.2.1. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Likidite Oranları.....	110

3.2.2. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Kaldıraç Oranları.....	115
3.2.3. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Faaliyet Oranları.....	120
3.2.4. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Kârlılık Oranları.....	124
3.3. GIDA SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN VE İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI'NDA (İMKB) İŞLEM GÖREN BAZI FİRMALARIN 2001-2002 YILLARINDA ÖZSERMAYE KÂRLILIĞI ORANLARINDA YAŞANAN DEĞİŞİMİN DU- PONT MALÎ KONTROL SİSTEMİ İLE ANALİZİ.....	129
3.4. ÖZSERMAYE KÂRLILIĞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN REGRESYON ANALİZİ.....	154
SONUÇ.....	156
ÖZET.....	159
SUMMARY.....	160
TEŞEKKÜR.....	161
KAYNAKÇA.....	162
EKLER.....	169
ÖZGEÇMİŞ.....	168

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge-1. 1990-1995 Yılları İtibariyle Yağlı Tohum Üretimi (Bin Ton).....	14
Çizelge-2. Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Zeytin Üretimi.....	15
Çizelge-3. Türkiye'de Sezonlar İtibariyle Zeytinyağı Üretimi.....	16
Çizelge-4. Türkiye'de Sezonlar İtibariyle Zeytinyağı Tüketimi.....	17
Çizelge-5. Zeytinyağı Dışındaki Diğer Sıvı Yağlar ve Margarin Dış Ticaret Verileri.....	18
Çizelge-6. Türkiye'nin Sezonlar İtibariyle Zeytinyağı İhracatı.....	19
Çizelge-7. Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Zeytinyağı İthalatı.....	20
Çizelge-8. Türkiye'de Yıllar İtibariyle Kırmızı Et Üretimi.....	26
Çizelge-9. Yıllar İtibariyle Et ve Et Ürünleri Sanayii Üretim Miktarları (Ton).....	27
Çizelge-10. Türkiye'de Yıllar İtibariyle Beyaz Et Kaynakları ve Yumurta Üretimi (000 Adet).....	28
Çizelge-11. Türkiye'de Yıllar İtibariyle Beyaz Et Üretim Miktarı (Ton)....	28
Çizelge-12. Türkiye'de Tüketilen Kırmızı Et ve Et Ürünlerinin Kaynağı (Bin Ton).....	29
Çizelge-13. Etlik Piliç Tüketiminin Yıllar İtibariyle Seyri.....	30
Çizelge-14. Türkiye'de Yıllar İtibariyle Et ve Et Ürünleri Dış Ticareti (Milyon Dolar).....	31
Çizelge-15. Yıllar İtibariyle Dünya Yaş Meyve Üretimi(Bin Ton).....	35
Çizelge-16. Yıllar İtibariyle Dünya Yaş Sebze Üretimi(Bin Ton).....	36
Çizelge-17. Yıllar İtibariyle Önemli Yaş Meyve ve Sebzeler Dünya İthalatı(Milyon Ton).....	38
Çizelge-18. Yıllar İtibariyle Türkiye' de Yaş Meyve- Sebze Üretimi(Bin Ton).....	40
Çizelge-19. Yıllar İtibariyle Türkiye' de Konserve Meyve- Sebze ve Salça Üretimi (Bin Ton).....	41

Çizelge-20. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi Üretimi(Bin Ton).....	41
Çizelge-21. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Dondurulmuş Meyve-Sebze Üretimi(Ton).....	42
Çizelge-22. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Meyve-Sebze İşleme Sanayiinin Bazı Alt Sektörlerine İlişkin Tüketim Değerleri.....	43
Çizelge-23. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Sebze-Meyve İşleme Sanayii İhracat Değerleri(Ton).....	44
Çizelge-24. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Sebze-Meyve İşleme Sanayii İthalat Değerleri (Ton).....	45
Çizelge-25. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Süt ve Süt Ürünleri Üretimi(Ton)....	49
Çizelge-26. Türkiye’de 1992 Yılı İtibariyle Kişi Başına Yıllık Süt ve Süt Ürünleri Tüketimi(kg).....	49
Çizelge-27. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Süt ve Süt Ürünleriyle İhracatı(Ton).....	50
Çizelge-28. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Süt ve Süt Ürünleri İthalatı (Ton).....	51
Çizelge-29. Önemli Ülkeler İtibariyle Şeker Üretim, Tüketim ve Dış Ticareti(1995-2000 Ortalaması, Bin Ton).....	54
Çizelge-30. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Şeker ve Şeker Ürünleri Üretimi(Ton).....	56
Çizelge-31. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Şeker ve Şekerli Ürünler Tüketimi(Ton).....	56
Çizelge-32. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Şeker ve Şekerli Ürünlerde İhracat ve İthalat Verileri(Milyar TL).....	57
Çizelge-33. Dünya Bisküvi, Makarna İhracat ve İthalatı(Ton).....	59
Çizelge-34. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Buğday Üretimi.....	60
Çizelge-35. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Bisküvi ve Makarna Üretim ve Tüketim Verileri(Bin Ton).....	61
Çizelge-36. Yıllar İtibariyle Türkiye’nin Buğday İhracat ve İthalatı.....	62

Çizelge-37. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Bisküvi ve Makarna İthalat ve İhracatı(Ton).....	62
Çizelge-38. 2000-2005 Yılları İtibariyle Türkiye Gıda Sektörü Üretim Değerleri.....	64
Çizelge-39. X Firması 2003-2004 Yıllarına Ait Dönem Sonu Bilânçoları(YTL).....	69
Çizelge-40. X Firması 2003-2004 Yıllarına Ait Dönem Sonu Gelir Tabloları(YTL).....	70
Çizelge-41. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Cari Oranları.....	110
Çizelge-42. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Asit-Test Oranları.....	112
Çizelge-43. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Nakit Oranları.....	113
Çizelge-44. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Toplam Borçlarının Aktiflere Oranı.....	115
Çizelge-45. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Toplam Borçlarının Özsermayeye Oranı.....	117
Çizelge-46. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Faiz Karşılama Oranları.....	118

Çizelge-47. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Alacak Devir Hızı Oranları.....	120
Çizelge-48. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Stok Devir Hızı Oranları.....	121
Çizelge-49. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Aktif Devir Hızı Oranları.....	123
Çizelge-50. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Net Kâr Marjları.....	125
Çizelge-51. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Aktif Kârlılığı Oranları.....	126
Çizelge-52. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Özsermaye Kârlılığı Oranları.....	128
Çizelge-53. Analize Tâbi Tutulan Tüm Firmalara İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları.....	155
Çizelge-54. Seçilmiş Gıda Sektörü Firmalarının Genel Performans Sıralaması.....	158

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Kırmızı Et Üretim Süreci Şeması.....	22
Şekil 2. Beyaz Et Üretim Süreci Şeması.....	23
Şekil 3. Şekerli Ürünler Üretim Aşaması Şeması.....	53
Şekil 4. Du-Pont Kontrol Şeması.....	96
Şekil 5. X Firmasının 2003 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması.....	99
Şekil 6. X Firmasının 2004 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması.....	100
Şekil 7. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Cari Oranları.....	111
Şekil 8. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Asit-Test Oranları.....	113
Şekil 9. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Nakit Oranları.....	114
Şekil 10. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Toplam Borçlarının Aktiflere Oranı.....	116
Şekil 11. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Toplam Borçlarının Özsermayeye Oranı.....	118
Şekil 12. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Faiz Karşılama Oranları.....	119

Şekil 13. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Alacak Devir Hızı Oranları	121
Şekil 14. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Stok Devir Hızı Oranları.....	122
Şekil 15. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Aktif Devir Hızı Oranları.....	124
Şekil 16. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Net Kâr Marjları	126
Şekil 17. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Aktif Kârlılığı Oranları.....	127
Şekil 18. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Özsermaye Kârlılığı Oranları.....	129
Şekil 19. Banvit Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	131
Şekil 20. Banvit Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	132
Şekil 21. Frigo Pak Gıda Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du- Pont Kontrol Şeması.....	133
Şekil 22. Frigo Pak Gıda Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	134
Şekil 23. Kent Gıda Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)	135

Şekil 24. Kent Gıda Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	136
Şekil 25. Konfrut Gıda Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)	137
Şekil 26. Konfrut Gıda Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	138
Şekil 27. Merko Gıda Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	139
Şekil 28. Merko Gıda Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	140
Şekil 29. Pınar Süt Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)	141
Şekil 30. Pınar Süt Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	142
Şekil 31. Tat Konserve Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	143
Şekil 32. Tat Konserve Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)	144
Şekil 33. Tukaş Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	145
Şekil 34. Tukaş Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	146
Şekil 35. Ülker Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	147
Şekil 36. Ülker Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	148
Şekil 37. Vanet Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	149
Şekil 38. Vanet Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL).....	150

KISALTMALAR VE SİMGELER LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AC Nielsen	: Arthur C. Nielsen Company
ANOVA	: Analysis of Variance Between Groups
AKD	: Aktif Devir Hızı
BRC	: British Retail Consortium
BVQI	: Bureau Veritas Quality International
DPT	: Devlet Plânlama Teşkilâtı
EFTA	: European Free Trade Association
GMBH	: Gesellschaft Mit Beschränkter Haftung
HACCP	: Hazard Analysis and Critical Control Point
ISO	: International Organization for Standardization
İGEME	: İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
KİT	: Kamu İktisadî Teşebbüsü
KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
NFPA	: National Fire Protection Association
NKM	: Net Kâr Marjı
OECD	: Organization for Economic Co-operation and Development
ÖK	: Özsermaye Kârlılığı
TAÖSO	: Toplam Aktiflerin Özsermayeye Oranı
TC	: Türkiye Cumhuriyeti
TSE	: Türk Standartları Enstitüsü
TSE-EN-ISO	: İthal Malı Uygunluk Belgesi ve Kalite Sistem Belgesi
TÜV-CERT	: Member of RWTÜN Group Certificate Hazard Analysis and Critical Control Point
UKAS	: United Kingdom Accreditation Service

GİRİŞ

Menkul kıymet piyasalarında yatırım faaliyetlerinde bulunan yatırımcıların, yatırım yapmadan önce ciddi çalışmalar ve araştırmalar yapmaları gerekmektedir. Aksi takdirde, yapılan yatırım bir hüsrarla sonuçlanabilir.

Yatırımcılar, ekonomiye ilişkin analizleri yaptıktan sonra, sektör analizi ve firma analizi yapmak suretiyle, gelecekte yüksek getiri sağlayabilecek sektörleri ve bu sektörler içinde de performansı yüksek firmaları ortaya çıkarabilirler.

Bir sektördeki firmaların finansal performanslarını ölçmede kullanılan en önemli araçlardan biri oran analizleridir. Oran analizleri, firmaların temel finansal tablolarındaki kalemlerin birbirleriyle karşılaştırılması ve elde edilen sonuçların yorumlanması suretiyle yapılır. Elde edilen oranlar içindeki en önemli finansal oranlardan biri özsermaye kârlılığıdır. Çünkü, bu oran, firmaya ortakları tarafından konulan sermayenin verimliliğini ölçer. Bu oranda, geçmiş yıllara göre yaşanan değişimlerin sebeplerinin araştırılması gerekir.

Bu çalışmanın amacı, en önemli sektörlerden biri olan gıda sektörüne ilişkin kapsamlı bir sektör analizinin yapılması ve oran analizi vasıtasıyla da, sektör içindeki firmalardan finansal performansı en yüksek ve en düşük olanların belirlenmesidir. Çalışmada ayrıca, sektördeki firmaların özsermaye kârlılıklarında geçmiş yıllara göre yaşanan değişimlerinin sebeplerinin araştırılması amaçlanmaktadır.

Bu amaçla, çalışmanın birinci bölümünde gıda sektörüne ilişkin kapsamlı bir sektör analizi yapılmış ve sektörün faaliyetleriyle ilgili önemli istatistikler yorumlanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, oran analizlerinin firmalara nasıl uygulanacağı ve Du-pont kontrol şemasının nasıl kullanılacağı kapsamlı bir şekilde anlatılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, gıda sektöründe faaliyet gösteren bazı seçilmiş firmaların oran analizleri yapılmış ve sektörde ön plâna çıkan ve geri plânda kalan firmalar belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bölümde ayrıca, sektör içindeki firmaların özsermaye kârlılıklarında geçmiş yıllara göre yaşanan değişimlerin nedenleri, Du-pont kontrol şeması yardımıyla ortaya konulmuştur.

Çalışmanın sonuç bölümünde ise, elde edilen bulgular yorumlanmış ve gıda sektöründe finansal performansı en yüksek olan firmadan, finansal performansı en düşük olan firmaya doğru bir sıralama yapılmıştır.

MATERYAL VE METOT

Materyal

Bu çalışmanın materyalini, gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören seçilmiş bazı firmaların 10 yıllık (1993-2002) bilânço ve gelir tabloları ile gıda sektörüne ilişkin bazı istatistiksel veriler oluşturmaktadır. Bu veriler, İMKB'nin resmî internet sitesinden ve Devlet İstatistik Enstitüsü'nden elde edilmiştir.

Araştırmanın teorik kısmı için mevcut literatür taranmıştır.

Metot

Bu çalışmanın teorik kısmında, literatür tarama tekniğinden yararlanılmıştır. Bu çalışmada, öncelikle gıda sektörü, sektörün özellikleri ve sektöre ilişkin bazı önemli istatistikler üzerinde durulmuştur. Daha sonra, firmaların sektör içindeki performanslarını ölçmede önemli bir araç olan oran analizleri kapsamlı bir biçimde ortaya konmuştur. Çalışmada, hipotetik dedüktif (dedüksiyon) yönteminden yararlanılmıştır.

Çalışmanın uygulama kısmında ise, gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören bazı seçilmiş firmaların temel finansal tablolarından yararlanılarak, oran analizi yapılmış ve hesaplanan oranlar yardımıyla firmaların sektör içindeki durumu ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca, sektörde faaliyet gösteren firmaların özsermaye kârlılıkları hesaplanmış ve geçmiş yıllarla karşılaştırılarak, özsermaye kârlılığında geçmiş yıllara göre yaşanan değişimin sebebi araştırılmıştır.

Elde edilen bulgulara dayanarak, gıda sektöründeki seçilmiş firmaların, sektör içindeki performansları ortaya konulmuş ve sektöre yönelik bazı sonuçlar çıkarılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE GIDA SEKTÖRÜ

1.1. GIDA SEKTÖRÜNÜN TANIMI, TARİHÇESİ, KAPSAMI VE SORUNLARI

1.1.1. Gıda Sektörünün Tanımı

İnsanların beslenme ihtiyaçlarına bağlı olarak, tarım ürünlerinin tüketime hazır hale getirilmesi süreci, gıda sanayinin faaliyet alanını oluşturmaktadır. Teknolojideki gelişmeler, tarıma dayalı olan ürünlerde çeşitlendirme ve kaliteyi daha hızlı arttırmaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 3).

Serbest pazar ekonomisinin gittikçe hakim olduğu ve küreselleşen bir dünyada çağın gerisinde kalmamak için gıda sektöründe de etkin önlemlerin alınması bir zorunluluk haline gelmektedir. Bilim, teknoloji ve enformasyon tekniklerinde yaşanan hızlı değişim, gıda üretimi, muhafazası ve pazarlanmasında yeni boyutlar kazandırmaktadır. Gittikçe küçülen dünyada başdöndürücü teknolojik gelişmelerin meydana gelmesi gıda sektörünün hem yapısını hem de üretim sistemini önemli ölçüde etkilemektedir. Toplumların yaşam kalitesi düzeyinin yükseltilmesinde gıda sektörünün önemli bir yeri vardır. Gıda üretiminde siyasî, iktisadî ve sosyal unsurlar belirleyici bir pozisyona sahiptirler. Toplumlar zenginleştikçe ve geliştikçe daha taze, daha doğal, kimyasalların minimum ölçüde kullanıldığı gıdalara yönelmektedir. Gelirleri orta ve üst seviyede olan insanlarda lezzet unsuru ön plâna çıkarken, yoksul insanlarda ise, bulabilme ve doyma kavramı esas teşkil etmektedir(Emiroğlu, 1996:21).

1.1.2. Türkiye’de Gıda Sektörünün Tarihçesi

Ülkemizde Osmanlı döneminden Cumhuriyet dönemine aktarılan tarımsal yapı, büyük çiftlik ve ağalık, tımarın en küçük birimlerinin bağımsızlaşmasıyla ortaya çıkan köylülük ve geçmişte ürün payı veren ve bugün hâlen bazı yörelerimizde görülen ağaya bağımlı çok küçük topraklı ya da ırgat köylülük şeklindedir. Bu yapı sebebiyle gıda sektörü giderek gecikmiş, ürün üretende kalamadığından ticarî meta olamamış, işlenememiştir. Böylece sermaye birikimi oluşmamış ve toplumsal katmanlaşmayı geciktirmiştir. 1926 yılında, Medeni Kanunu’nun özel mülkiyeti güvenceye bağlaması üretimi özendirici sonuçlar yaratmıştır. Vergi yükünün kırsal kesimden pazara ve kente yönelmesi ile ticaret borsaları oluşmuş ve ulaşımın kolaylaşması üretimin niteliğinin değişmesini sağlarken tarım ürünü ticareti ve ürünlerin işlenmesi dönemi başlamıştır. 1936’da tarıma traktörün girmesiyle birlikte, başta Ege ve Çukurova gibi verimli ve pazara açık bölgeler olmak üzere, ekilen alanlar genişlemiş ve Marshall Yardımı Programı ile de 1950’li yıllardan itibaren tarım alanları 14.5 milyon hektardan 23.3 milyon hektara ulaşmıştır(Emiroğlu, 1996: 22).

Gıda üretiminde 1950’lere kadar teknoloji yok denecek kadar azdır ve köylü sadece kendi tüketimi için üretmektedir. Bitkisel ürün çeşitliliği yoktur ve tek ürün egemenliği vardır. Bu dönem, pazar için üretimin yok denecek kadar az olduğu ve ürünü işleme ile ilgili kısıtlardan ötürü, gıda üretiminin sınai faaliyet olmasının mümkün olmadığı bir dönemdir.

Yeni alanların tarıma açılması ve karayollarının gelişmesiyle birlikte, köyler pazara açılmaya başlamış ve kuru topraklarda hububat üretimi modeli yerini sulu alanlarda sanayi üretimi bitkisine bırakmıştır. Böylece verim artmış, köylü- tüccar ilişkileri başlamış ve ilkel anlamda da olsa, gıda üretimi bir faaliyet kolu haline gelmiştir. Daha sonra ekonomik hamle dönemine girilmiş KİT’ler eli ile kurulan sanayiler içinde şeker fabrikaları, Et Balık Kurumu ve Süt Endüstrisi gibi özel kesime model teşkil edebilecek gıda sanayii kuruluşları da yerlerini almaya başlamışlardır. Çok partili döneme geçerken Türkiye’nin elinde o günkü ölçeklere

göre gıda sanayiini temsil eden 2 bisküvi fabrikası, 1000 civarında karataş değirmeni, 50 civarında yağ fabrikası, 100 civarında kabuklu meyve ve üzüm-kayısı kurutma tesisi, 10 civarında buz ve gazoz tesisi, 3 kağıtlı şeker tesisi, 20 civarında kavurma-kıyma-sucuk tesisi, 30 civarında peynir üretim tesisi ve 3 konserve fabrikası bulunmaktaydı. 1950 yılından sonra, üretimin artması, dış dünyayı tanıma çabaları ve özel kesimin gayretleri ile birçok fabrika kurulmuş ve 1960-1980 dönemini kapsayan 20 yılda fabrika ve tesis sayısı 20 bine ulaşmıştır. Ancak, 1980 yılından sonra gıda sektörü hız kesmiştir(Emiroğlu, 1996: 22-23).

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü'nün kayıtlarına göre, 1998 yılında 23.951 gıda üreticisi firma olduğu ve bunların yaklaşık yüzde 3'ünün un ve unlu ürünler sanayiinde, yaklaşık yüzde 14'ünün süt ve süt ürünleri sanayiinde ve yaklaşık yüzde 10'unun ise, meyve-sebze işleme sanayiinde faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir(Gündüz, 2003: 5).

1.1.3. Gıda Sektörünün Kapsamı

Tarımsal ürünlere dayalı olan ve imalat sanayii kapsamında yer alan gıda sektörü, ürünlere dayalı olmak üzere alt gruplarda incelenmektedir. Bu alt gruplar ve bu gruplarla ilgili genel bilgiler aşağıda sunulmaktadır (İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 3-5):

- a) Bitkisel yağ sanayi,
- b) Et ve et ürünleri sanayii,
- c) Su ve su ürünleri işleme sanayii,
- d) Meyve-sebze işleme sanayii ve dondurulmuş meyve-sebze sanayii,
- e) Süt ve süt ürünleri sanayii,
- f) Şeker ve şekerli mamüller sanayii,
- g) Un ve un mamülleri sanayii.

Bitkisel yağ sanayiinde yer alan başlıca ürünler ayçiçek yağı, zeytin yağı ve margarindir. Dünyada ekili zeytin ağaçlarının yüzde 97'sinin Akdeniz ülkelerinde

bulunması ve Türkiye'nin başlıca zeytin üreticisi ülkelerden olması, sektör içinde zeytinyağını ön plâna çıkarmaktadır. Zeytinyağı ticaretinin daha çok gelişmiş ülkeler arasında gerçekleşmesi, nispeten daha ucuz olan margarinin ise, gelişmekte olan ülkeler tarafından tercih edilmesi, sektörün önemli bir karakteristiğini oluşturmaktadır.

Su ürünleri haricindeki et sanayii, hayvancılık sektörüne bağımlı olup, kırmızı ve beyaz et alt başlıklarında değerlendirilmektedir. Kesim sonucunda elde edilen et, tüketime hazır bir mamul olmakla birlikte, diğer et ürünlerinin imalâtında kullanılan bir yarı mamul niteliğindedir. Çalışmada, et üretimine konu olan büyükbaş ve küçükbaş hayvanlar ile kümes hayvanları dikkate alınmıştır.

Su ürünleri işleme sanayii, balık ve diğer su ürünleri, balık unu ve yağdan oluşmaktadır.

Meyve-sebze işleme sanayii, ürünlerin üretildikleri mevsim dışında tüketilmelerine imkân veren bir gıda sanayii kolu olarak ön plâna çıkmaktadır. Konsantre meyve suları, konserve meyve-sebze, kurutulmuş saklanan meyve-sebzeler, salça ve dondurulmuş meyve-sebze alt gruplarında değerlendirilmektedir. Meyve-sebze işleme sanayii altında diğer alt ürünler arasında yer alan dondurulmuş gıda ürünleri, gıda maddelerinin tazeliğini korumak ve arzdaki mevsimselliği aşmak amacıyla çeşitli işleme ve saklama tekniklerinin kullanıldığı bir sanayidir.

Süt ve süt ürünleri sektörü, kısa zamanda bozulma özelliği bulunan sütün çeşitli teknikler uygulanarak işlenmesi, depolanması ve dağıtılmasını sağlayan bir gıda sanayiidir. İçme sütü, yoğurt, ayran, peynir, tereyağı ve süt tozu, süttten elde edilen çeşitli ürünlerin başında gelmektedir. Peynir türleri kendi aralarında, üretim yöntemlerine göre; beyaz peynir, kaşar peyniri, çökelek, lor ve diğer peynirler olmak üzere üç ana gruba ayrılmaktadır.

Şeker kendi başına bir ürün olmakla birlikte, bir çok şekerli mamulun üretiminde kullanılan bir ara mamüldür. Şeker, melas, yaş küspe, helva, lokum, sakız, şekerlemeler, çikolata ve kakaolu mamuller ve kakao tozu, şeker ve şekerli mamuller grubunda yer alan ürünler arasındadır. Kristal şeker, beyaz şeker, ya da toz şeker olarak adlandırılan şekerin üretimi sırasında yan ürün olarak ortaya çıkan melas ve yaş küspe aynı zamanda yem sanayii için girdi oluşturmaktadır.

Un ve unlu mamuller alt sektörü altında, unun imalât aşamaları ve una dayalı mamullerin içerilmesi genel içeriği oluşturmaktadır. Ekmek, makarna ve bisküvi unlu mamuller sınıfında yer alan başlıca ürünleri oluşturmaktadır.

1.1.4. Gıda Sektörünün Sorunları

Her sektörde olduğu gibi gıda sektöründe de bazı sorunlar bulunmaktadır. Türk gıda sanayinin farklı kaynaklar itibari ile belirlenen sorunları şunlardır (Gündüz, 2003:5):

- a) İşletmelerin alt yapı eksikliği,
- b) İşletme ölçeklerinin küçük olması,
- c) Güçlü tarım politikalarının oluşturulmamış olması,
- d) Örgütlenme eksikliği,
- e) Devlet desteklerinin yetersizliği veya yeterince yararlanılamaması,
- f) Soğuk zincirin yeterli seviyede kurulmamış olması,
- g) Yeterli ve standart kalitede hammadde temini ile ilgili sorunlar,
- h) İşletme teknolojisinin yetersizliği ve etkin kullanılmayışı,
- i) Sermaye yetersizliği,
- j) Pazarlama ve satış organizasyonu eksikliği,
- k) Ülkenin genel ekonomik yapısından kaynaklanan sorunlar,
- l) Danışmanlık hizmetlerinin yetersizliği,
- m) Araştırma geliştirme faaliyetlerinin yetersizliği,
- n) Sanayi, üniversite ve kamu ve kurum ve kuruluşları arasındaki koordinasyon eksikliği,
- o) Ulusal ve uluslar arası mevzuatlar ve standartlar hakkında bilgi eksikliği,
- p) Kalifiye eleman bulma sıkıntısı,
- q) İşletme yönetim tekniklerinin bilinmemesi veya kullanılmaması,
- r) Standartlara uygun, kaliteli ve rekabet edilebilir üretimde sorunların olması,

1.2. BİTKİSEL YAĞ SANAYİİ

1.2.1. Bitkisel Yağ Sanayiinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi

Bitkisel yağ sanayii, sıvı yağ ve margarin üretimini kapsamaktadır. Bitkisel yağ, margarin yağ ve zeytinyağı üretimleri, teknolojilerindeki farklılıklar itibariyle de kabul edilebilmektedir. Bu sınıflandırmaya göre, ayçiçek çekirdeği ve pamuk çekirdeğinden ham yağ elde edilmesi ve elde edilen ham yağın rafine edilmesi aşamaları bitkisel yağ sanayiine esas teşkil etmektedir(Arıkbay, 1993: 36).

Sıvı yağ üretimi kapsamında yağlı tohum üretimi de yapılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bitkisel yağ sektörünün değerlendirilmesinde, yağlı tohum üretiminin de incelenmesi gerekmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 7).

Margarin sanayii, bitkisel sıvı yağların hidrojene edilmesi sonucu elde edilen ve içinde emülsiyon halinde su, süt tozu ve peynir tozu bulunabilen bir yağ türünün üretimidir (Arıkbay, 1993: 36). Margarin sanayiinde yaygın olanı, bitkisel yağlardan üretilen margarindir. Hammaddesi, ham yağ ve bitkisel yağdır. Kahvaltılık, yemeklik ve sanayi tipi olmak üzere üç tür margarin üretimi yapılmaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 7).

Bitkisel yağ sektöründeki en önemli ürünlerden biri de zeytinyağıdır. Zeytinyağı sanayii, zeytinin hasat edilip sıkılmasından elde edilen zeytinyağının sınıflandırılması, filtre edilmesi, gerektiğinde rafine edilmesi, ambalajlanması, depolanması ve yurt içinde ve yurt dışında dökme, ya da ambalajlı şekilde pazarlanması işlemlerini kapsamaktadır(Göksu, 2003: 1).

Bitkisel yağ sektöründe kullanılan teknoloji, üretim aşamalarına göre üç grupta değerlendirilebilir. Bunlardan birincisi, yağlı tohumlardan ham yağ üretim tekniği olan solvent ekstraksiyon, ikincisi, ham bitkisel yağların rafine edilmesi ve üçüncüsü ise, bitkisel sıvı yağların hidrojene edilmesiyle margarin üretim tekniğidir (Erginay, 1994: 18). Bu tekniklerden solvent ekstraksiyon tekniği iki şekilde uygulanabilmektedir. “Prepres solvent” tekniğinde küspede kalan yağ miktarı yüzde 0.5 civarında iken, diğer yöntem olan “direk solvent ekstraksiyon” tekniğinde daha

fazla çözücü harcanır ve küspede kalan yağ miktarı yüzde 1.25 civarındadır. İkinci yöntemde, tesis kuruluşu daha pahalı olmasına rağmen, işçilik ve elektrik enerjisi giderleri daha azdır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 8).

Yağ tohumunun işlenmesi, sermaye yoğun bir teknolojiyi gerektirmektedir. Yağ üreticileri, şirketleri bünyesinde yağ tohumundan ham yağ ve proteinsel gıdaları üretmenin daha da ötesinde, rafinasyon ve hidrojenasyon tekniklerini de uygulayarak iki aşamalı teknolojiyi uygulamayı tercih etmektedir. Böylece yağ üreticileri, seri teknoloji ve daha düşük işgücü maliyetine karşılık daha fazla ve çeşitli ürün üretme imkânı bulmaktadırlar(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 8).

Margarin üretim teknolojisi ile rafine yağ üretim teknolojisi birbirine benzemektedir. Bundan dolayı, genellikle margarin fabrikalarında rafinasyon tesisleri de bulunmaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 9).

Zeytinyağı üretiminde, zeytinlerin sıkılması işlemi geleneksel, ya da klasik sistem olarak adlandırılan hidrolik presler (sulu sistem) ve süper presler (kuru sistem) ile modern sistem olarak adlandırılan santrifüjlü preslerde (kontinü sistem) yapılmaktadır. Üretimde kullanılan zeytinin cinsine bağlı olarak değişmekle birlikte, modern (kontinü) sistemlerde üretim yapan yağhaneler, diğer sistemlerle üretim yapan yağhanelerden daha fazla verim ve daha kaliteli yağ elde etmektedirler. Zeytinin sıkılması sonucunda elde edilen yağdan geriye pırına ve karasu kalmaktadır. Prinada yağın sıkılması sırasında kullanılan sisteme bağlı olarak değişen oranda yağ kalmakta olup, prinanın işlenmesinden elde edilen bu yağ yüksek kaliteli ise, rafine edildikten sonra tüketime sunulabilmekte, düşük kaliteli ise, sanayii amaçlı olarak sabun yapımında kullanılmaktadır(Göksu, 2003: 1).

Zeytinyağı, elde edilişine ve üretimde kullanılan metodlara göre; naturel, rafine ve tip olmak üzere üç gruba ayrılır. Natürel zeytinyağı, zeytinden fiziksel işlemler uygulanarak elde edilen, hiçbir kimyasal işlem görmeyen berrak, yeşilden sarıya değişebilen renkte kendine özgü tat ve kokuda, tabii halde üretilen bir üründür. Natürel zeytinyağı; natürel sızma, natürel ve natürel birinci olmak üzere üç türdür. Rafine zeytinyağı, natürel halinde gıda olarak tüketilemeyen ham zeytinyağının tabii trigliserid yapısında değişikliğe yol açmadan rafine edilmeleri sonucunda elde edilen, berrak, tortusuz, sarıdan sarının en açık rengine kadar değişebilen tonda, görünümü

şeffaf olan, kendine has tat ve kokuda, rafinasyon artığı ihtiva etmeyen ve gıda olarak tüketilebilen bir üründür. Tip zeytinyağı ise, bu standartlara uygun natürel zeytinyağı ile rafine zeytinyağı karışımından meydana gelen ve özellikleri natürel zeytinyağı ile rafine zeytinyağı arasında değişen gıda olarak tüketilebilen bir üründür (Göksu, 2003: 1-2).

Türkiye, bitkisel yağ üretiminde, gelişmiş ülkelerde uygulanan teknolojilere yakın bir teknolojiye sahiptir. Hatta, depolama aşamasında, küspedeki yağ oranının azaltılmasında ve rafinasyon işlemlerinde daha ileri teknoloji kullanılmaktadır (Arıkbay, 1993: 37).

1.2.2. Dünyada Bitkisel Yağ Sanayi

1.2.2.1. Dünyada Bitkisel Yağ Sanayiinde Arz ve Talep

Sektör ekonomisi yağ tohumu, yağlar ve yağ kekindeki fiyat hareketlerine bağlı olarak hareket etmektedir. Yağ keki ve hayvan besisi artıkları talebi, ikâme tahıllar, mısır posası ve bitkisel hayvan gıdaları üretiminden etkilenmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 9-10).

Dünya yağ tohumu üretiminde 1994 yılı itibariyle yüzde 37 payı bulunan ABD'nin yağ üretimi payı yüzde 20 civarındadır. Öte yandan, Avrupa Birliği'nin yağ tohumu üretim payı yüzde 6 iken, yağ tüketimindeki payı ise, yüzde 20 civarındadır (İMKB Gıda Sektörü Araştırması: 1996: 10).

Başlıca yağ hammaddeleri olan ayçiçeği, zeytin, pamuk tohumu ve soyanın üretimi ülkelere göre büyük farklılıklar göstermektedir. Ayçiçeğinin 1993 yılındaki toplam üretimi 8.1 milyon ton civarında iken, 1994 yılında dünya ayçiçeği tüketimi 8.2 milyon ton dolayında gerçekleşmiştir. Fransa, İspanya ve Türkiye dünya ayçiçeği üretiminde yaklaşık beşte birlik bir paya sahiptir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 10).

Dünyada 8 milyon hektarlık alan üzerinde olan toplam 800 milyon zeytin ağacının yüzde 98'i Akdeniz havzasında bulunmaktadır. Dünya zeytinyağı üretiminin ise, yüzde 95'i Akdeniz ülkeleri tarafından yapılmaktadır. Son yıllardaki

zeytinyağı üretimine bakıldığında, İspanya, İtalya ve Yunanistan'ın başlıca üreticiler olarak göze çarptığı ve Türkiye, Suriye ve Tunus'un bu ülkeleri izlediği görülmektedir(Göksu, 2003: 4).

Bölgesel nitelikli bir ürün olan zeytinyağının tüketimi de üretici bölgelerde yoğunluk kazanmaktadır. Son yıllarda, dünya üretimindeki artış ile birlikte, zeytinyağına olan talep de olumlu yönde gelişmekte ve dünya tüketiminde de artış olduğu görülmektedir. Zeytinyağı fiyatlarında meydana gelen bir azalma, tüketimi beklenenden fazla oranda artırdığından, zeytinyağına olan talebin fiyat esnekliğinin yüksek olduğu düşünülmektedir. Zeytinyağı fiyatlarındaki bir artış ise, talebin diğer yağlara kaymasına neden olmakta ve zeytinyağı tüketimi düşmektedir(Göksu, 2003: 6). Gelişmekte olan ülkelerdeki nüfus ve alım gücünün yükselmesi ile gelecekte dünya zeytinyağı tüketiminin daha da artacağı beklenmektedir.

1.2.2.2. Dünyada Bitkisel Yağ Ticareti

Ayçiçek yağı, zeytinyağı ve margarinin dünya yağ ticaretindeki ağırlıkları parasal değer açısından incelendiğinde, toplam bitkisel yağ ticareti hacminin içinde, zeytinyağı ticaretinin yüzde 44'lük, ayçiçek yağı ticaretinin yüzde 33'lük ve margarinin ise, yüzde 23'lük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Dünya yağ ticareti incelendiğinde ise, Ayçiçek yağı ihracatında Avrupa ve Güney Amerika'nın büyük bir paya sahip olduğu, zeytinyağı ve margarin ihracatında da Avrupa'nın tek başına önemli bir yoğunlaşmayı sağladığı görülmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 11-12).

Zeytin üretiminin Akdeniz ve benzeri iklime sahip olan ülkelerde gerçekleşmesi, zeytinyağı ticaretinde sınırlı sayıda ülkenin söz sahibi olmasına neden olmaktadır. Dünya zeytinyağı ihracatının yaklaşık yüzde 95'i toplam 7 ülke (Avrupa Birliği, Tunus, Türkiye, Fas, ABD, Arjantin, Suriye) tarafından gerçekleştirilmekte olup, dünyada zeytinyağı talebinin yıldan yıla artıyor olması bu ülkelerin zeytin yağı ticaretindeki önemini daha da artırmaktadır. AB (Avrupa Birliği), zeytinyağı sahibidir. Etkili promosyon kampanyaları ile birlikte, AB fonlarından sağlanan

maddi destek, söz konusu ülkelerin bu konuma gelmelerinde önemli bir katkıda bulunmuştur(Göksu, 2003: 9).

Zeytinyağı üreticisi AB ülkeleri dünya zeytinyağı üretim ve ihracatından aldığı pay kadar, zeytinyağı ithalatından da önemli oranda pay almaktadır. AB ülkeleri, topluluk içi ticaret hariç olmak üzere 1991-2000 yılları arasındaki 10 yıllık dönemde ithalatta dünyada ilk sıradadır. Son yıllarda, dünyada genel zeytinyağı tüketimindeki artışla birlikte başta ABD, Japonya, Kanada ve Avustralya olmak üzere bir çok ülkenin ihracatında önemli artışlar görülmektedir(Göksu: 2003: 11).

1.2.3. Türkiye’de Bitkisel Yağ Sanayii

1.2.3.1. Türkiye’de Bitkisel Yağ Sanayiinde Arz ve Talep

1996 yılı başı itibariyle, 50’den fazla firmanın faaliyet gösterdiği bitkisel ve hayvansal yağ üretiminde, sektördeki kapasite kullanım oranının yüzde 50 civarında olduğu görülmektedir. Margarin sanayiinde, kapasite kullanım oranı nispeten yüksek olup, yüzde 73 civarındadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 13).

Ayçiçeğinin Marmara bölgesinde yetiştirilmesi itibariyle, ayçiçek yağı fabrikalarının çoğunluğu yine bu bölgede kuruludur. Ülke üretiminin yüzde 90’ı Trakya’da gerçekleştirilmektedir (İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 13).

Kapasite kullanım oranı en düşük olan yağ sanayii, ortalama yüzde 30 ile zeytinyağı sanayiidir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 14).

Bitkisel yağ sanayii üretiminin, gıda sektörü toplam üretiminin içinde yüzde 10-15’lik bir paya sahip olduğu söylenebilir (İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 13).

Yağlı tohumlar olan, pamuk, ayçiçeği ve yer fıstığı tohumlarının yıllar itibariyle toplam üretimi Çizelge-1’de gösterilmektedir.

Çizelge-1. 1990-1995 Yılları İtibariyle Yağlı Tohum Üretimi (Bin Ton)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Pamuk Tohumu	1.015	947	1.006	961	1.008	1.230
Ayçiçeği	860	800	950	815	740	900
Yer Fıstığı	63	60	67	70	70	70

Kaynak: İMKB Gıda Sektörü Araştırması, İstanbul, 1996, s. 14.

Çizelge-1 incelendiğinde, pamuk tohumunun toplam üretimdeki payının diğer yağlı tohumların payından çok daha yüksek olduğu göze çarpmaktadır. 1995 yılında pamuk, ayçiçeği ve yer fıstığı tohumunun Türkiye'deki toplam üretimi, yüzde 21 oranında artmış ve 2.2 milyon tona ulaşmıştır.

Türkiye bulunduğu coğrafi konum ve sahip olduğu Akdeniz iklimi özellikleriyle, İtalya, İspanya, Yunanistan ve Tunus gibi diğer Akdeniz ülkeleri ile birlikte dünyanın en önde gelen zeytin ve zeytin yağı üreticilerindedir. Ülkemizde zeytin Ege, Akdeniz, Marmara ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yetiştirilmektedir.

Türkiye'nin yıllar itibariyle zeytin üretimi Çizelge-2'de gösterilmektedir.

Çizelge-2. Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Zeytin Üretimi

Yıllar	Zeytin Üretimi (Ton)		
	Sofralık Zeytin	Yağlık Zeytin	Toplam
1990	337.000	763.000	1.100.000
1991	181.000	459.000	640.000
1992	231.000	519.000	750.000
1993	200.000	350.000	550.000
1994	350.000	1.050.000	1.400.000
1995	206.000	309.000	515.000
1996	465.000	1.365.000	1.800.000
1997	200.000	310.000	510.000
1998	430.000	1.220.000	1.650.000
1999	240.000	360.000	600.000
2000	490.000	1.310.000	1.800.000
2001	235.000	365.000	600.000

Kaynak: Göksu, "Türkiye'de ve Avrupa Birliği'nde Zeytinyağı Sektörü, İGEME Yayınları, Ankara, 2003, s. 13.

Çizelge-2 incelendiğinde, Türkiye'de zeytin üretimi yıllar itibariyle periyodisite nedeniyle dalgalı bir seyir izlediği göze çarpmaktadır. Son yıllarda iklim koşullarının düzelmesi, yeni zeytin fidanlarının dikilmesi ve üreticinin zeytin üretimine özendirilmesinden kaynaklanan uygun bakım, hasat ve sulama konusunda eğitilmesine yönelik çalışmalar sonucunda zeytin üretimi artış göstermiştir(Göksu, 2003: 14).

Zeytin ağacında görülen periyodisiteden doğal olarak zeytinyağı üretimi de etkilenmektedir. Zeytinyağı üretiminde büyük yükseliş ve düşüşler olmasına rağmen, genel olarak üretimde artan bir seyir olduğu göze çarpmaktadır. Zeytin üretimindeki olumlu gelişmelere paralel olarak, son yıllarda zeytin sıkma tesislerinin modernleşmesi, kapasitelerinin artması ve modern rafine zeytinyağı işleme tesislerinin devreye girmesi ile zeytinyağı üretimi ve kalitesinde de ilerleme kaydedilmiştir(Göksu, 2003: 14).

Türkiye'de sezonlar itibariyle zeytinyağı üretimi Çizelge-3'te sunulmaktadır.

Çizelge-3.Türkiye’de Sezonlar İtibariyle Zeytinyağı Üretimi

Sezonlar	Miktar (Ton)
1990/1991	80.000
1991/1992	60.000
1992/1993	56.000
1993/1994	48.000
1994/1995	160.000
1995/1996	40.000
1996/1997	200.000
1997/1998	40.000
1998/1999	170.000
1999/2000	70.000
2000/2001	175.000

Kaynak: Göksu, “Türkiye’de ve Avrupa Birliği’nde Zeytinyağı Sektörü, İGEME Yayınları, Ankara, 2003, s.14.

Çizelge-3 incelendiğinde, Türkiye’nin 1995/1996 sezonu öncesindeki beş sezonda ortalama zeytinyağı üretimi 61.000 ton iken, bu sezondan sonra ortalama 122.000 ton olduğu ve dünya zeytinyağı üretimindeki payının yüzde 5’e yaklaştığı görülmektedir.

Türkiye’de yağ tüketimi ağırlıklı olarak bitkisel yağlardan oluşmaktadır. Hayvansal yağ ürünlerinin pahalı olması nedeniyle bunlara olan talep oldukça düşüktür (İktisadî Araştırmalar Vakfı, 1996: 34)

Gıda sektöründe talebin yaklaşık yüzde 13’nü bitkisel yağ sanayii (zeytinyağı hariç) karşılamaktadır. Türkiye’de kişi başına yağ tüketimi yılda yaklaşık 20 kilogramdır. Sadece bitkisel yağ için kişi başına sıvı yağ ve margarin tüketimi 13 kilogram civarındadır (İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 16).

Anlaşılabileceği üzere, bitkisel yağlarda tüketim zeytin yağı dışındaki yağlarda yoğunlaşmaktadır. Türkiye’de sezonlar itibariyle zeytinyağı tüketimi Çizelge-4’te sunulmaktadır.

Çizelge-4.Türkiye’de Sezonlar İtibariyle Zeytinyağı Tüketimi

Sezonlar	Miktar (Ton)
1990/1991	55.000
1991/1992	50.000
1992/1993	50.000
1993/1994	54.000
1994/1995	55.000
1995/1996	63.000
1996/1997	75.000
1997/1998	86.000
1998/1999	85.000
1999/2000	60.000
2000/2001	73.000

Kaynak: Göksu, “Türkiye’de ve Avrupa Birliği’nde Zeytinyağı Sektörü, İGEME Yayınları, Ankara, 2003, s. 15.

Çizelge-4 incelendiğinde, Türkiye’nin 1995/1996 sezonu öncesindeki beş sezonda ortalama zeytinyağı tüketimi 53.000 ton iken, bu sezondan sonra ortalama 70.000 ton olduğu ve bu on bir sezonluk dönemde Türkiye’nin 64.000 tonluk tüketimi ile dünya tüketiminden aldığı payın yaklaşık yüzde 3 civarında olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, üretime bağlı olarak tüketimin de dalgalandığı ve diğer üretici ülkelerin aksine Türkiye’de toplam zeytinyağı tüketiminin oldukça düşük düzeylerde kaldığı göze çarpmaktadır(Göksu, 2003: 15).

Zeytinyağı tüketiminin bu kadar düşük olmasını etkileyen faktörlerin başında, diğer bitkisel yağlarının fiyatının zeytinyağına nispeten çok düşük olması gelmektedir. Bir başka önemli faktör ise, diğer bitkisel yağlar için yapılan aşırı reklamlardır. Bu tanıtımların sayesinde, tüketici tercihleri diğer sıvı yağlara kaymaktadır. Zeytinyağı tüketiminin düşüklüğünün bir diğer nedeni ise, bu ürünün genellikle üretildiği yörelerde tüketilmesidir. Yani, üretimin olmadığı bir çok yörede zeytinyağı kullanımının hemen hemen hiç olmamasıdır. Bu ürünün tanınmamasından kaynaklanan bu sorun nedeniyle özellikle Doğu Anadolu Bölgesi’nde İç Anadolu Bölgesi’nin doğusunda zeytinyağı neredeyse tüketilmemektedir(İktisadî Araştırmalar Vakfı, 1996: 34).

1.2.3.2. Türkiye’de Bitkisel Yağ Sanayiinde Dış Ticaret

Türkiye’nin bitkisel yağ türlerine göre ihracatında margarin ve zeytinyağı çeşitleri, ithalatında ise, ayçiçeği ve pamuk tohumu yağları ve soya yağı başta gelmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 17).

Zeytinyağı dışındaki diğer sıvı yağlar ve margarin ihracatı ve ithalatı ile ilgili istatistikler Çizelge-5’te sunulmaktadır.

Çizelge-5. Zeytinyağı Dışındaki Diğer Sıvı Yağlar ve Margarin Dış Ticaret Verileri

Bitkisel Yağlar	İhracat			İthalat		
	1993	1994	1995	1993	1994	1995
Soya Yağı	679	1025	1476	104.756	80.885	93.328
Yer Fıstığı Yağı	0	5	2	24	11	1579
Palm. Yağı	7	19	48.760	88.771	96.824	135.276
Ayçiçek ve Pamuk Tohumu Yağları	28.165	41.240	48.524	75.283	171.411	207.698
Hindistan Cevizi Yağı ve Palm Çekirdeği			41.871			37.813
Keten Tohumu, Mısır, Defne, Fındık, Badem ve Diğer Yağlar	56.982	34.152	33.647	66.465	32.756	52.902
Margarin ve Diğer Sıvı Yağlar	8905	89.638	141.811	1117	1467	141.1

Kaynak: İMKB Gıda Sektörü Araştırması, İstanbul, 1996, s. 18.

Çizelge-5 incelendiğinde, zeytinyağı dışındaki diğer sıvı yağların ihracatında ilk sırayı margarin ve diğer sıvı yağlar alırken, ithalatta ilk sırayı ayçiçek ve pamuk tohumu yağlarının aldığı görülmektedir.

Türkiye’de zeytinyağı ihracatı ise, yıldan yıla zeytin ve buna bağlı zeytinyağı üretiminde meydana gelen dalgalanmalar sebebiyle keskin artış ve düşüşler göstermektedir. Zeytinyağı ihracatımızı etkileyen faktörlerin başında, işleme teknolojisi, pazarlama politikaları ve diğer zeytin yağı üreticisi rakiplerimizin zeytin yağı üretimindeki artış ve düşüşler gelmektedir. Türkiye’nin sezonlar itibariyle zeytinyağı ihracatı Çizelge-6’da sunulmaktadır(Göksu, 2003: 17).

Çizelge-6. Türkiye’nin Sezonlar İtibariyle Zeytinyağı İhracatı

Sezon	Ton	Bin ABD \$
1992/1993	7261	12.570
1993/1994	10.674	15.026
1994/1995	58.143	112.764
1995/1996	22.314	70.403
1996/1997	48.677	97.128
1997/1998	43.347	70.181
1998/1999	103.408	172.161
1999/2000	14.686	31.432
2000/2001	91.150	127.620
2001/2002	25.351	45.222

Kaynak: Göksu, “Türkiye’de ve Avrupa Birliği’nde Zeytinyağı Sektörü, İGEME Yayınları, Ankara, 2003, s.17.

Çizelge-6 incelendiğinde, 1992 yılında 8000 ton civarında olan zeytinyağı ihracatımızın zeytinin bol olduğu 1998 ve 2000 yıllarında 100.000 ton civarına çıktığı görülmektedir.

Ülkemiz net zeytinyağı ihracatçısı ülkeler arasında yer almaktadır. Ancak, bu ihracat, yeterli üretim seviyesi yüzünden değil, tüketimin yetersiz oluşu ve ülke içi talep darlığından kaynaklanmaktadır(İktisadî Araştırmalar Vakfı, 1996: 42).

Üretimin düzensiz olması, yetersiz stoklama ve iyi bir pazar organizasyonun olmaması, Türkiye’nin dış pazarlarda rekabet gücünü etkilemektedir. Zeytinyağı ihracatı, ağırlıklı olarak katma değeri düşük olan dökme formda yapıldığı için, değer olarak da düşük gerçekleşmektedir. İhracatın yarısı AB ülkelerine yapıldığı için katma değerinin yarısı da bu ülkelere akmaktadır. Ülkemizde zeytinyağı fiyatlarında istikrar sağlanamamıştır. Üretimde maliyet düşürücü ve verim artırıcı yöntemlerin

yeterince uygulanamaması sebebiyle, zeytinyağı fiyatlarının yüksek olması, tüketici tarafından değerinin anlaşılabilmesi ve genel olarak tüketicinin gelir ve alım gücünün düşük olması sebebiyle talep, ikame ürün olan diğer yağlara kaymaktadır (İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2004: 32).

Türkiye üretimde kendi kendine yeterli olmasına rağmen, az miktarda zeytinyağı ithalatı yapmaktadır. İthalat daha çok üretimin yetersiz olduğu yıllarda yapılmaktadır.

Türkiye'nin yıllar itibariyle zeytinyağı ithalatı Çizelge-7'de sunulmaktadır.

Çizelge-7. Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Zeytinyağı İthalatı

Yıllar	Ton	Bin ABD \$
1994	1180	1582
1995	17	62
1996	144	494
1997	19	44
1998	80	138
1999	229	449
2000	1088	2061
2001	29	28
2002	2082	3453

Kaynak: Göksu, "Türkiye'de ve Avrupa Birliği'nde Zeytinyağı Sektörü, İGEME Yayınları, Ankara, 2003, s. 21.

Çizelge-7 incelendiğinde, ülkemizin zeytinyağı ithalatının çok az miktarda yapıldığı ve özellikle zeytinin az olduğu yıllarda artış gösterdiği göze çarpmaktadır. Zeytinin bol olduğu yıllarda ise, ithalat yok denecek kadar azdır.

1.3. ET VE ET ÜRÜNLERİ SANAYİİ

1.3.1. Et ve Et Ürünleri Sanayiinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi

Ana kaynağı hayvancılık olan et sanayii, et ve et ürünleri üretiminden tüketimine kadar olan zincirleme ilişkileri içermektedir. Genel ekonomik durumdan

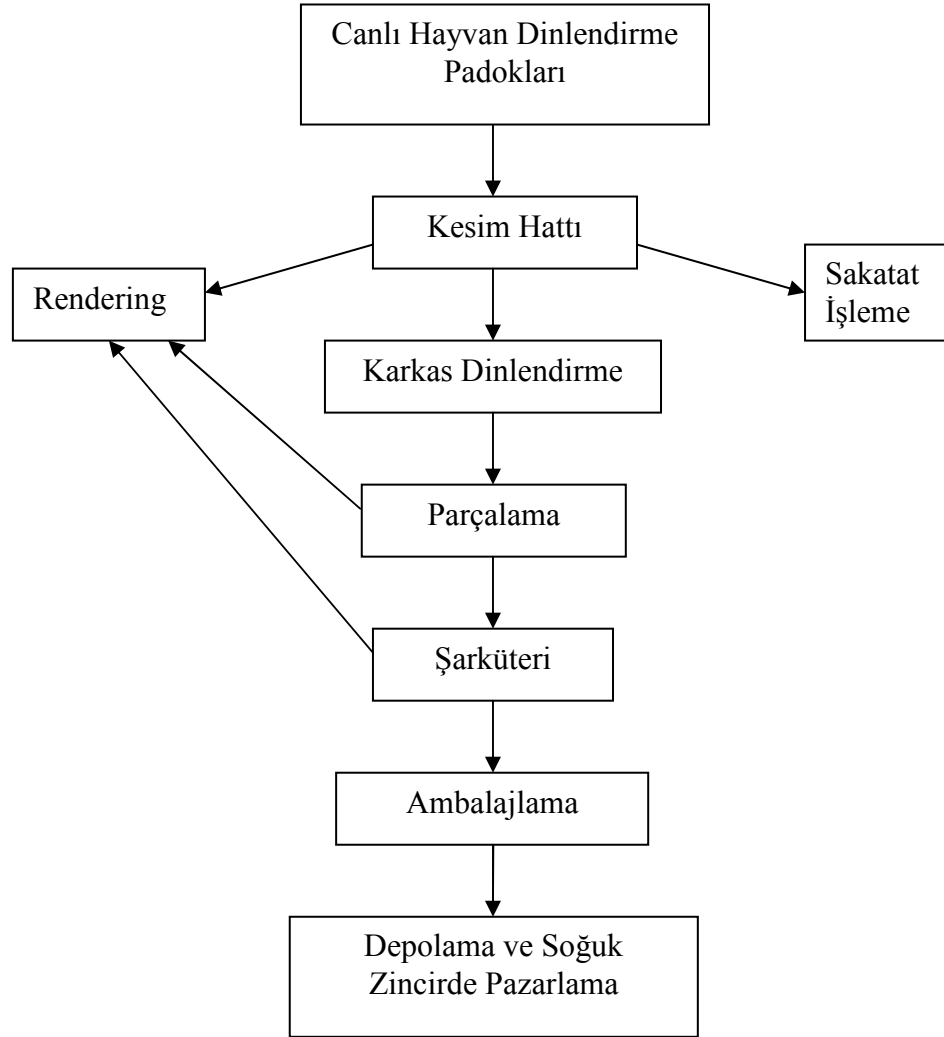
ve uygulanan hayvancılık politikalarından, kırmızı ve beyaz et üretimi doğrudan etkilenmektedir. Kesim sonucunda elde edilen et, hem tüketime hazır bir mamul hem de et ürünleri imalâtında kullanılacak bir yarı mamul niteliğindedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 19).

Et ve et ürünleri sınıfı kapsamına; mezbahalarda gerçekleştirilen sığır, koyun, keçi, domuz, at, kümes hayvanları, tavşan ve av hayvanlarının kesimi, hazırlanması ve paketlenmesi işlemleri girmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 19). Ancak, bu çalışmada sadece et üretimine konu olan büyükbaş ve küçükbaş hayvanlar ile kümes hayvanları dikkate alınacaktır.

Hem kırmızı et hem de beyaz et sanayiinde uygulanan üretim teknolojisi, gittikçe otomatize edilmektedir. Et sanayiinde faaliyet gösteren firmalar entegre tesislere ve sermaye yoğun yatırımlara yönelmektedir. Diğer yandan, kırmızı ve beyaz et üretim tesislerinin ekonomik değer taşıyan katı atıklarının kazanılması için bir “rendering” ünitesi kurulması, yatırım verimliliği açısından önemlidir. Yasal zorunluluk nedeniyle de kan ve diğer sıvı atıkların çevreye zarar vermesini engelleyen bir biyolojik arıtım tesisinin kurulması gerekmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 19).

Kırmızı et üretimi, çağdaş kesimhane ve entegre tesislerde gerçekleştirildiği takdirde, canlı hayvanın tüm organlarının değerlendirilebildiği bir süreçtir. Yapılan araştırmalar, normal şartlar altında, bir büyükbaş hayvandan canlı ağırlığının yüzde 55’i oranında insan tüketimine uygun materyal elde edilebileceğini ortaya koymaktadır(DPT, 1993: 13-14).

İleri bir teknoloji kullanan bir kırmızı et entegre tesisi üretim süreci şeması Şekil-1’de gösterilmektedir.



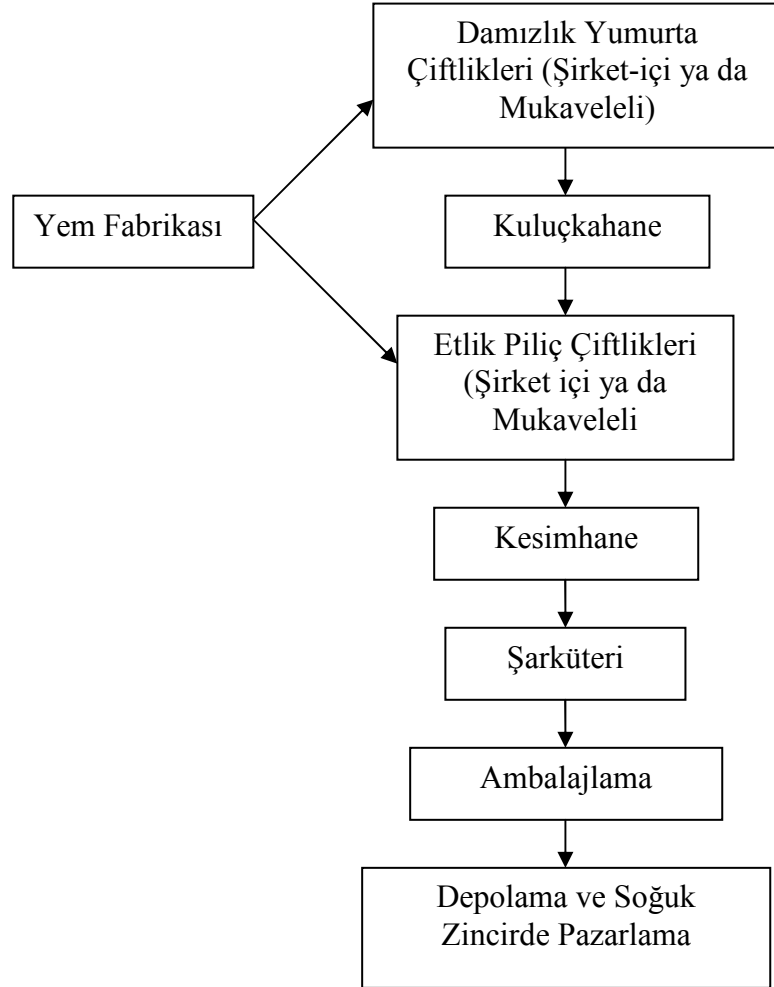
Kaynak: DPT, VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara, 1993, s.13-14.

Şekil 1. Kırmızı Et Üretim Süreci Şeması

Dünyanın her yerinde kırmızı et ticareti hem karkas hem de et ürünleri bazında yapılmasına rağmen, gelişmiş ülkelerde beyaz et ticareti giderek karkas ete dayalı olmaktan çıkmakta, parçalanmış ve işlenmiş ürünlere dayanmaktadır (Arıkbay, 1993:23).

Beyaz et üretimi için en uygun teknoloji, damızlık hayvanların yetiştirilmesinden yem tesisleri ve paketlemeye kadar entegrasyonun sağlandığı tesislerde faaliyette bulunmaktadır(VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1993: 14-19).

Entegre tesislerde beyaz et üretimi süreci Şekil-2’de gösterilmektedir.



Kaynak: DPT, VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Beyaz Et Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 1993, s.14-19.

Şekil 2. Beyaz Et Üretim Süreci Şeması

1.3.2. Dünyada Et ve Et Ürünleri Sanayi

1.3.2.1. Dünyada Et ve Et Ürünleri Sanayiinde Arz ve Talep

Dünya nüfusunun hızla artması ile paralel olarak et ve et ürünlerine olan talep te önemli ölçüde artış göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerde et talebinin ağırlıklı

olarak taze et ile karşılanmasına rağmen, gelişmiş ülkelerde et ürünlerinin genellikle işleme tâbi tutulduktan sonra tüketildiği görülmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 23).

Bir ülkenin et tüketimindeki eğilimleri ile gelişmişlik düzeyi arasında önemli bağlantılar bulunmaktadır. Tarım toplumundan henüz sanayi toplumuna geçememiş, gelişmekte olan ülkelerde kırsal bölgede harcanan emeğin ihtiyaç duyduğu enerji, genellikle yağlı koyun etinden karşılanmaktadır. Gelişmiş ülkelerde ise, ihtiyaç duyulan bu enerji için büyükbaş hayvan etleri tercih edilmektedir. Toplumun eğitim düzeyi arttıkça, kolesterol ve yağ içermeyen beyaz etler, ya da kırmızı et özellikleri taşımakla birlikte düşük kolesterolü devekuşu ve hindi etlerinin tüketimi artış göstermektedir(Gökçe, 1996: 53).

1994 yılı verilerine göre, dünya et üretiminin bölgelerarası dağılımı incelendiğinde, yüzde 34 ile Asya kıtasının ilk sırada olduğu, yüzde 22 ile bunu Avrupa kıtasının ve yüzde 21 ile Kuzey ve Orta Amerika kıtasının izlediği görülmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 24).

Avrupa topluluğunun tarımsal üretimi içinde hayvansal üretimin oranı yaklaşık yüzde 50'dir. Ayrıca gelişmiş olan ülkelerde kişi başı yıllık et tüketiminin yaklaşık 100 kg civarında olduğu görülmektedir(Nusreti, 1996).

1.3.2.2. Dünyada Et ve Et Ürünleri Ticareti

1992 yılı verilerine göre, Dünya et ithalatında ilk sırayı Avrupa kıtası alırken, bunu sırasıyla Asya ve Amerika kıtaları izlemektedir. Dünya et ihracatında ise, yine ilk sırayı Avrupa kıtası alırken, onu sırasıyla Amerika kıtası ve Okyanusya kıtası izlemektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 25).

Dünya beyaz et piyasası incelendiğinde, beyaz et ihracatında lider olan ülkenin Amerika Birleşik Devletleri olduğu görülmektedir. Bu ülkeyi sırasıyla, Fransa, Brezilya, Hollanda ve Macaristan izlemektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 26).

Kümes hayvancılığı sektörü ile yakından ilişkisi olan yumurtacılık sektöründe üretim açısından önde gelen ülkelere bakıldığında, ilk sırayı Çin'in aldığı, ikinci ve

üçüncü sırayı sırasıyla Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya'nın aldığı görülmektedir(DPT, 2001: 15).

Kümes hayvancılığını olumsuz yönde etkileyen bazı hastalıklar da bulunmaktadır. Bunlardan en önemlileri, Newcastle hastalığı ve Tavuk gribidir. Bu hastalıklar dünyanın bir çok ülkesinde görülmekte ve sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle Newcastle hastalığı görülen ülkelerin başında, Arjantin, Avustralya ve Brezilya gelmektedir(Dış Ticaret Merkezi İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2001: 8-9).

1.3.3. Türkiye’de Et ve Et Ürünleri Sanayi

1.3.3.1. Türkiye’de Et ve Et Ürünleri Sanayinde Arz ve Talep

Hayvan sayısı açısından, dünya ülkeleri arasında orta derecenin daha üstünde bir konuma sahip olan Türkiye’de yerli türlerin genetik özelliklerinden dolayı hayvan başına verimliliğin düşük olması sebebiyle talebi karşılayacak düzeyde tüketim gerçekleştirilememektedir (İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 30).

Türkiye’de et üretiminin yaklaşık yüzde 38’i Batı bölgelerinde, yüzde 30’u Orta Anadolu kesiminde ve yüzde 32’sinin de Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde gerçekleştirildiği görülmektedir. Et üretiminin büyük bir kısmının Batı bölgelerinde olmasının en önemli nedenlerinden biri, özellikle turistik bölgelerden gelen yoğun taleptir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 30).

Türkiye’de et üretimi; geleneksel yollarla üretim yapan kasaplar, belediye ve özel sektöre ait mezbahalar, Et ve Balık Kurumu kombinaları ve özel entegre et kuruluşları tarafından gerçekleştirilmektedir (Uras,1992: 2). 1992 yılında sayıları 881 olan bu kuruluşların sayısı günümüzde 1000’i geçmiştir. Ancak, bu kuruluşlar ırkların verimsiz olması, hammadde yetersizliği gibi sebeplerden dolayı düşük kapasite ile çalışmaktadırlar(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 30).

Türkiye’de etlik piliç yetiştiriciliğinde kullanılan üretim teknolojisi oldukça üstün seviyededir. Üretimin yaklaşık yüzde 80’i tam entegre tesislerde yapılmakta, piliç ve tavuk etinin yüzde 70’i ise, gelişmiş ülkelere nispeten daha yeni ve yüksek

teknolojinin kullanıldığı tesislerde gerçekleştirilmektedir. Bu tesislerde piliç kesim kapasiteleri 6000 adet/saat ile 17.000 adet/saat arasında değişmektedir (DPT, 2001: 7).

Ülkemizde verimli üretim yapılamaması nedeniyle, Türkiye dünya et üretimi içerisinde, sadece yaklaşık yüzde 1-2'lik bir paya sahiptir. Türkiye'de yıllar itibariyle kırmızı et üretimi Çizelge-8'de sunulmaktadır.

Çizelge-8. Türkiye'de Yıllar İtibariyle Kırmızı Et Üretimi

	1990	1991	1992	1993	1994
Kesilen (1000 Baş)	13.767	11.348	10.645	9963	10.861
Büyükbaş	2858	2223	2120	2135	2307
Küçükbaş	10.909	9125	8525	7828	8554
Et Üretimi (Ton)	506.590	466.620	448.570	432.065	466.070
Büyükbaş	340.490	318.445	308.570	303.130	324.735
Küçükbaş	166.100	148.175	140.200	128.935	141.335

Kaynak: www.die.gov.tr

Çizelge-8 incelendiğinde, Türkiye'de kırmızı et üretiminin yüzde 60'ının büyükbaş hayvan kesimlerinden, yüzde 40'ının ise, küçükbaş hayvan kesimlerinden karşılandığı görülmektedir. Ayrıca, çizelgeden de anlaşılacağı üzere, Türkiye'de et üretimi yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlemektedir.

Yıllar itibariyle, et ve et ürünleri sanayiinde gerçekleştirilen üretim miktarları Çizelge-9'da gösterilmektedir.

Çizelge-9. Yıllar İtibariyle Et ve Et Ürünleri Sanayii Üretim Miktarları (Ton)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Dana Eti	57.954	62.561	67.723	68.041	63.282	62.096
Koyun-Keçi-Kuzu- Oğlak Eti	10.672	6294	9679	8554	7402	8893
Manda Eti	359	319	1377	--	--	--
Tütsülenmiş- Kurutulmuş- Tuzlanmış Etler	57	85	38	124	56	--
Et Suyu ve Et Konserveleri	259	332	153	587	1380	321
Salam	434	5412	5404	6827	5963	7474
Sosis	3991	4274	4390	5338	4952	5916
Sucuk	8289	8042	8090	10.956	9691	11.237
Pastırma	457	725	694	720	633	642
Kavurma	1355	995	1246	1360	1176	906

Kaynak: www.die.gov.tr

Çizelge-9 incelendiğinde, et ve et ürünlerinde düzenli bir artış veya azalış eğiliminin olmadığı, yıllar itibariyle gerek et sektörü gerekse et ürünleri sektöründe üretimin dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. Ayrıca, et sektöründe üretimde en büyük payı dana etinin aldığı gözlenirken, et ürünleri sektöründe ise, en büyük payı sucuğun aldığı göze çarpmaktadır.

1970’li yıllarda 25-30 milyon adet dolayında bulunan Türkiye’deki kanatlı hayvan sayısı, zaman içinde etlik piliç ve yumurta tavukçuluğu lehine gelişmiş, ancak hindi üretiminde kaydadeğer bir gelişme yaşanmamıştır. 1981-1993 yılları arasında tavuk sayısı 3,2 kat; tavuk eti 1,2 kat ve yumurta üretimi 2,2 kat artış göstermiştir. Türkiye’de kanatlı eti üretiminde yaşanan bu üretim artışları, özellikle kırmızı et sektöründe yaşanan olumsuzlukların kısmen giderilmesinde büyük önem arz etmektedir(DPT, 2001: 7).

Türkiye’de yıllar itibariyle, beyaz et kaynakları ve yumurta üretimi Çizelge-10’da sunulmaktadır.

Çizelge-10. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Beyaz Et Kaynakları ve Yumurta Üretimi (000 Adet)

Yıllar	Tavuk-Horoz	Hindi	Yumurta
1985	61.046	3315	5838
1986	58.039	3207	5449
1987	58.045	2946	6127
1988	58.790	2974	6802
1989	64.048	3101	6778
1990	96.676	3127	7699
1991	139.206	3133	7668
1992	152.530	3333	8215
1993	178.260	3340	10.006

Kaynak: İMKB Gıda Sektörü Araştırması, İstanbul, 1996, s. 34.

Çizelge-10 incelendiğinde, beyaz et kaynakları içinde, tavuk ve horoz’un çok önemli bir paya sahip olduğu göze çarpmaktadır. Gerek tavuk ve horoz sayısında gerekse yumurta üretiminde yıllar itibariyle düzenli bir artış olduğu görülmektedir. Ancak, hindi sayısı bu dokuz yıllık dönemde belli bir seviyede seyretmiştir.

Türkiye’de yıllar itibariyle beyaz et üretim miktarı Çizelge-11’de sunulmaktadır.

Çizelge-11. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Beyaz Et Üretim Miktarı (Ton)

Yıllar	Beyaz Et Üretim Miktarı
1990	6266
1991	41.949
1992	85.729
1993	95.384
1994	116.333

Kaynak: www.die.gov.tr

Çizelge-11 incelendiğinde, yıllar itibariyle Türkiye’de beyaz et üretiminde düzenli ve yüksek oranlı artışların olduğu dikkat çekmektedir. Bu tablo, sektördeki canlılığa işaret etmektedir.

Türkiye’de kişi başına toplam et tüketimi yaklaşık 30 kg’dır. Bunun 20 kg’si kırmızı et, 7 kg’si beyaz et ve 3 kg’si de balık eti olarak tüketilmektedir. Gelişmiş ülkeler ile karşılaştırıldığında, bu rakamlar oldukça düşük kalmaktadır(Uras, 1992: 1).

Kırmızı et tüketim miktarı, talebin fiyat ve gelir elastikiyetine bağlı bir seyir izlemektedir. Fiyat elastikiyetinin yüksek olması, et ve et ürünlerindeki fiyat artışlarının, belli oranlarda tüketimde azalışlara neden olmasına yol açmaktadır. Et ve et ürünlerinin gelir esnekliğinin yüksek olması da, gelir seviyesinde meydana gelen artışlar neticesinde, et ürünlerinin daha fazla tüketildiğini ortaya koymaktadır (İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 34).

Türkiye’de kırmızı et tüketimi bir alışkanlık haline gelmiştir. Bu durum beyaz et sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir. Türkiye’deki bir başka tüketim alışkanlığı da büyükbaş hayvan etinin, küçükbaş hayvan etine nispeten daha fazla tüketilmesidir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 36). Türkiye’de tüketilen kırmızı et ve et ürünlerinin kaynağı Çizelge-12’de sunulmaktadır.

Çizelge-12. Türkiye’de Tüketilen Kırmızı Et ve Et Ürünlerinin Kaynağı (Bin Ton)

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Büyükbaş	314	368	351	331	339	345	313	329
Küçükbaş	134	177	159	157	135	110	115	123
Toplam	448	545	510	488	474	455	428	452

Kaynak: İMKB Gıda Sektörü Araştırması, İstanbul, 1996, s. 36.

Çizelge-12 incelendiğinde, gerek büyükbaş gerekse küçükbaş hayvan eti tüketiminin yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlediği göze çarpmaktadır.

Türkiye’de et ürünleri tüketiminin mamul bazında dağılımı incelendiğinde, sucuğun tüketimde yüzde 50’lik bir payla ilk sırayı aldığı, bu ürünü sırasıyla, yüzde 25’lik bir payla salam ve sosisin, yüzde 20’lik bir payla pastırmanın ve yüzde 5’lik payla kavurmanın izlediği görülmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 37).

Türkiye’de beyaz et tüketimi genellikle dünya ortalamasının altında seyretmektedir. Ancak, son yıllarda ülkemizde beyaz et tüketiminde kayda değer bir

artış eğilimi görülmektedir. Bunun nedenleri şu şekilde sıralanabilir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 37).

- a) Beyaz et fiyatlarında kırmızı ete ve balık etine nispeten daha az artış olması,
- b) Düşük kolestrollü beyaz etin, özellikle kalp-damar sağlığını daha az tehdit ettiği kanısının yaygınlaşması,
- c) Beyaz etin parçalar halinde ambalajlanarak satılması ve bunun beyaz et tüketimini daha kolay hale getirmesi,
- d) Kırmızı et tüketimini tehdit eden bazı hastalıklar neticesinde, tüketicilerin beyaz ete kayma eğilimi.

Etlik piliç tüketiminin yıllar itibariyle seyri Çizelge-13'te sunulmaktadır.

Çizelge-13. Etlik Piliç Tüketiminin Yıllar İtibariyle Seyri

Yıllar	Etlik Piliç Tüketimi (Ton)
1988	188.000
1989	195.000
1990	203.000
1991	212.000
1992	221.000
1993	230.000

Kaynak: DPT, VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara,1993, s. 53,87.

Çizelge-13 incelendiğinde, yıllık tavuk eti tüketiminde istikrarlı bir artış eğilimi olduğu dikkat çekmektedir. Tavuk eti tüketimine yönelik beklentiler bu eğilimin gelecekte de süreceği yönündedir.

1.3.3.2. Türkiye’de Et ve Et Ürünleri Sanayiinde Dış Ticaret

Türkiye’de et ve et ürünleri sanayinin gıda sektörü toplam ithalatı içindeki payı yüzde 30’dur. Buna karşın, ihracattaki payı ise, yüzde 3’tür. Yani, arada çok büyük bir fark bulunmaktadır. Bu durum, ülkemizde et üretim ve tüketimindeki yetersizliklerden kaynaklanmaktadır(DPT, 1995: 18).

Türkiye’de yıllar itibariyle et ve et ürünleri dış ticareti verileri Çizelge-14’te sunulmaktadır.

Çizelge-14. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Et ve Et Ürünleri Dış Ticareti (Milyon Dolar)

	1992	1993	1994
İhracat	60,9	54,3	75,1
İthalat	234,4	288,5	334,4

Kaynak: İMKB Gıda Sektörü Araştırması, İstanbul, 1996, s. 39.

Çizelge-14 incelendiğinde, Türkiye’de et ve et ürünleri ithalatı ve ihracatı arasındaki büyük fark açıkça görülebilmektedir.

Türkiye’nin kırmızı et ve et ürünleri ihracatı ticaret hacmi sırasına göre, Kuveyt, Suudi Arabistan, KKTC, ABD, Azarbeycan, Özbekistan, Lübnan, Ürdün, Abu Dabi, Dubai, Rusya, Gürcistan ve Türkmenistan’dır. Ne yazık ki, ülkemizde gerek önemli bazı hayvan hastalıklarının önlenememesi, gerekse kesimhanelerde asgari hijyen şartlarının sağlanamaması gibi nedenlerden ötürü AB ülkelerine ihracat yapılamamıştır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 39-40).

Türkiye’de yem maliyetlerinin dünya fiyatları üzerinde seyretmesi ve ABD, Fransa, Macaristan gibi beyaz et sanayiinde dünyanın başta gelen ülkelerinin yüksek ihracata yüksek teşvik uygulamaları nedeniyle, ülkemizin beyaz et alanında önemli bir ihracatı bulunmamaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 40).

Türkiye’de 1984 yılından itibaren hayvancılık politikaları tahrip edici sonuçlar doğurmuş ve ülkemizi ithalatçı konumuna getirmiştir (Uras,1992:4). Almanya, Hollanda, Danimarka, İtalya, Fransa, Bulgaristan, Kazakistan, Avusturya, ABD, Romanya ve İsviçre et ithal ettiğimiz ülkelerin başında gelmektedir(Dünya Gazetesi, 1996: 1).

Beyaz et sanayiinde Türkiye ana kalem olarak damızlık civciv ithal etmekle birlikte son yıllarda damızlıkta dışa bağımlılığın azaldığı da dikkat çekmektedir. 1988 yılında damızlık civciv ihtiyacının yaklaşık yüzde 80’i ithalat yoluyla karşılanırken, 1994 yılı başı itibariyle bu oran yüzde 50’ye gerilemiştir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 41).

1.4. MEYVE-SEBZE İŞLEME SANAYİ

1.4.1. Meyve- Sebze İşleme Sanayiinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi

Sebze ve meyvelerin işlenerek saklanması vasıtasıyla ürünlerin daha dayanıklı bir biçimde tüketim ihtiyaçlarına sunulması meyve- sebze işleme alt sektörü, tarımsal ürünlerin fiziksel ve kimyasal bozulmalarını önleyerek hasattan sonra en kısa süre dayanıklı bir hale getirmeyi amaçlayan bir sektördür(DPT, 1993: 1).

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte derin dondurucuların günlük yaşama girmesi, kadınların iş hayatında daha aktif hale gelmesi sonucunda, dondurulmuş gıda maddelerinin tüketimi gittikçe artmaktadır. Bu durum, sebze-meyve işleme sanayiinin altında dondurulmuş meyve-sebze alt sektörünün gelişmesini sağlamaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 43-59).

Dondurulmuş meyve-sebze alt sektörü, ürünlerin dondurulması, satış merkezlerine taşınması, pazarlama faaliyetlerini içeren bir gıda sektörü koludur(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 60).

Bu çalışmada meyve- sebze işleme sanayiinin altında yaş (taze) meyve- sebze sektörü, konserve meyve- sebze sektörü, meyve suyu konsantresi sektörü ve dondurulmuş meyve- sebze sektörü üzerinde durulacaktır.

Meyve ve sebzelerin konserve haline getirilmesi, bitkisel ürünlerin, kendi mevsimi dışında tüketimine imkân sağlayan bir gıda işleme yöntemidir. Bu yöntemde, bitkisel gıda maddeleri ısı uygulamasıyla pastörize ve sterilize edilerek uzun süre dayanabileceği bir hale getirilmektedir. İleri teknoloji kullanılan kuruluşlarda, pastörizasyon ve sterilizasyon işlemleri için basınçlı döner otoklav ve basınç altında soğutma sistemleri uygulanmaktadır. Ayrıca, alev sterilizatörü, hidrostatik esaslı otoklavlar ve antiseptik işleme teknolojisi gibi üründen ürüne değişen teknolojiler de kullanılmaktadır. İşlenen ürünler hava geçirmez cam kavanoz, ya da teneke kutularda muhafaza edilerek tüketime sunulmaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 44-45).

Meyve suları; nektar tipli meyve suları, berrak meyve suları ve narenciye meyve suları olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Narenciye meyve suları üretim teknolojisinin başlıca işlem basamakları sırasıyla yıkama, ayıklama, boylama, fırçalama, iğneleme (kabuk yığının ayrıştırılması), kesme, sıkma, finişerden geçirme, deaerasyon, pastörizasyon(85-90 derecede 30-60 saniye), koyulaştırma (evaporasyon), ambalajlama ve depolamadır. Bu yöntemle işlenen başlıca meyve portakaldır. Daha sonra, greyfurt, limon ve mandalin gibi narenciye ürünleri gelmektedir. Berrak meyve suyu üretim teknolojisinin başlıca işlem basamakları sırasıyla, yıkama, ayıklama, sap alma, parçalama, aroma, ayırma, soğutma(50 dereceye), mayşe enzimizasyonu, presleme, durultma(enzimizasyon, floklaştırma, çöktürme), seperasyon, fitrasyon, koyulaştırma(evaporasyon), ambalajlama ve depolamadır. Bu yöntemle işlenen başlıca meyveler; elma,vişne ve üzümdür. Nektar tipli meyve suları üretim ve dolun teknolojisinin başlıca işlem basamaklar ise; pulp üretimi için sırasıyla yıkama, ayıklama, ön ısıtma, çekirdek ayırma, palperden geçirme(pulp), deaerasyon, pastörizasyon ve depolamadır. Şişeye dolun için uygulanan teknolojinin işlem basamakları sırasıyla karıştırma (pulp veya konsantre, su, şeker, sitrik asit, aroma), filtrasyon veya homojenizasyon, deaerasyon, pastörizasyon, dolun, kapama, soğutma, etiketleme ve kasalamadır. Ülkemizde genellikle kayısı ve şeftali pulpu işlenmektedir(Bingöl, 1993: 45-48).

Dondurulmuş meyve-sebze teknolojisi; dondurulmaya uygun meyve-sebze cinslerinin seçilmesi, sınıflandırılması, ayıklanması, yıkanması, kesilmesi, parçalanması gibi ön işlemlerden sonra değişik yöntemlerle -40 derecede dondurulması ve donma halinin muhafaza edilerek depolanması aşamalarından oluşmaktadır. Meyve ve sebzeleri dondurma yöntemleri, hava dolaşimli soğutucular, plakalı dondurucular, daldırmalı dondurucular ve kriyojenik sıvılarla dondurma vasıtasıyla uygulanabilmektedir. Hava dolaşimli soğutucuların kullanıldığı yöntemde, komprasör sistemindeki buharlaştırıcıyla besin arasındaki hava ile ısı transferi gerçekleştirilmek meyve-sebzelerin dondurulması sağlanmaktadır. Plakalı dondurucuların kullanıldığı yöntem, ambalajlı gıdaları daha hızlı dondurmak amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemle meyve ve sebzeler soğutucu yüzeyle doğrudan temas ederek dondurulmaktadır. Daldırmalı soğutucuların kullanıldığı

yöntemde, ambalajlı ya da ambalajsız meyve ve sebzeler düşük seviyede soğutulmuş uygun bir sıvıya daldırılarak veya bu sıvı üzerlerine püskürtülerek dondurulmaktadır. Kriyojenik sıvılarla dondurma yönteminde, sıvı azot, freon 12 veya karbondioksit gibi kaynama noktası çok düşük olan sıvılaştırılmış kriyojenik gazlar buharlaştırılarak gıdaların dondurulması sağlanmaktadır(İMKB Gıda Araştırması, 1996: 60-61). Ülkemizde kurulu dondurulmuş gıda tesislerinin önemli bir kısmı teknolojik açıdan batı ülkeleri standartlarındadır(Güzel, 1998: 11).

1.4.2. Dünyada Sebze-Meyve İşleme Sanayii

1.4.2.1. Dünyada Sebze- Meyve İşleme Sanayiinde Arz ve Talep

Yaş meyve ve sebzeler dünyada oldukça fazla tüketilen ürünlerdir. Bunun en önemli sebebi, bu ürünlerin insanlar için çok önemli besin kaynakları olmasıdır.

Yıllar itibariyle dünya yaş meyve üretimi Çizelge-15' te sunulmaktadır.

Çizelge-15. Yıllar İtibariyle Dünya Yaş Meyve Üretimi(Bin Ton)

Ürünler	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Elma	50.486	56.206	54.427	56.975	57.726	58.960	60.236817
Armut	12.652	13.641	14.240	15.312	15.695	16.960	17.313
Ayva	296	332	345	364	769	386	390
Kayısı	2077	2539	2381	2510	2706	2712	2681
Kiraz	1579	1710	1611	1608	1754	1876	1803
Erik	6505	8206	8115	7652	7875	9103	9051
Şeftali	10.881	11.739	11.434	11.617	12.966	13.439	13.495
Muz	56.478	55.257	58.869	55.421	58.676	67.545	68.651
İncir	1177	1133	1090	1123	1140	1106	1101
Üzüm	56.004	58.977	58.590	56.956	60.977	64.029	61.949
Çilek	2769	2728	2714	2789	3052	3221	3122
Portakal	59.048	60.680	65.610	62.534	62.133	62.410	61.093
Mandalin	15.780	15.477	18.072	16.181	17.888	16.470	16.612
Limon	8480	8943	9607	9429	9588	10.885	10.885
TOPLAM (Diğerleri Dahil)	404.900	426.704	442.290	432.296	457.017	468.282	468.261

Kaynak: İGEME, Yaş Meyve-Sebze Sektörü, Ankara, 2003, s. 2.

Çizelge- 15 incelendiğinde, yıllar itibariyle dünya yaş meyve üretiminin sürekli bir artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Muz, portakal, üzüm, elma, armut ve mandalının en çok üretilen ürünler olduğu da göze çarpmaktadır.

Yıllar itibariyle dünya yaş sebze üretimi Çizelge- 16' da sunulmaktadır.

Çizelge-16. Yıllar İtibariyle Dünya Yaş Sebze Üretimi(Bin Ton)

Ürünler	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Enginar	1141	1111	1237	1255	1205	1320	1278
Marul	14.132	14.936	15.996	15.944	16.280	17.286	17.452
Ispanak	6169	7081	7184	7341	7306	7913	8122
Domates	86.771	92.187	87.628	92.296	99.713	101.975	100.259
Karnabahar	11.767	13.107	13.633	14.010	13.934	15.593	15.715
Kabak	13.373	14.212	14.702	14.797	15.059	15.934	16.208
Hıyar	23.739	25.524	26.490	27.781	28.721	30.264	31.221
Patlıcan	17.903	19.285	20.108	20.760	21.135	22.601	22.922
Lahana	44.572	47.294	47.673	48.424	50.060	53.263	54.503
Bezelye	7103	6797	6882	7020	6952	7433	7055
Bakla	965	1021	1007	1005	1024	939	974
Havuç	16.515	17.805	18.661	18.530	19.125	19.791	19.631
Bamya	5218	3789	3831	3895	3935	4766	4765
Kavun	15.671	17.497	18.307	19.063	19.441	19.791	19.631
Karpuz	40.064	46.591	58.482	59.628	71.438	76.385	77.497
Patates	285.140	311.183	301.556	293.377	294.332	328.250	308.194
Yeşil Fasulye	3955	4279	4398	4393	4445	4702	4706
TOPLAM (Diğerleri Dahil)	559.933	591.762	599.038	616.529	683.747	733.430	753.263

Kaynak: İGEME, Yaş Meyve-Sebze Sektörü, Ankara, 2003, s. 3.

Çizelge-16 incelendiğinde, dünya yaş sebze üretiminin de meyve üretimi gibi istikrarlı bir artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Ayrıca, patates, domates, karpuz, lahana, hıyar, havuç, kavun, kabak, karnabahar ve marulun en çok üretilen sebzeler olduğu da dikkat çekmektedir.

Dünyada dondurulmuş meyve-sebze üretim ve talebinde en ön plâna çıkan ülkeler ABD, Fransa, Almanya ve Japonya' dır. 1995 yılında, dondurulmuş meyve-sebze ve patates tüketiminin dünya genelinde yüzde 5 oranında arttığı ve toplam dünya tüketiminin 10 milyon ton civarında olduğu tahmin edilmektedir. ABD yıllık 6 milyon ton ile dünya tüketiminin yüzde 60' ını oluşturmaktadır. Diğer yandan,

Avrupa ülkeleri dünya tüketimi içerisinde yüzde 37' lik bir paya sahip bulunmaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996:61).

ABD' de kişi başına yıllık dondurulmuş gıda tüketimi yıllık yaklaşık 51 kg iken, bu rakamlar Danimarka' da yaklaşık 45 kg, İngiltere' de yaklaşık 35 kg, Fransa' da ise yaklaşık 30 kg civarındadır(Karakuş, 1996).

Dondurulmuş sebze üretiminde en önemli ürünler patates, bezelye, fasulye, brokoli, karnabahar, mısır, ıspanak, tatlı biber, mantar, havuç ve diğer baklagillerdir. Dünyada dondurulmuş meyve üretimine konu olan başlıca ürünler ise, çilek, ahududu, frenk üzümü, böğürtlen, yaban mersini, kiraz, vişne ve elma gibi meyvelerdir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 62).

Dondurulmuş sebze üretiminde dünyada en büyük paya sahip olan ülkeler sırasıyla ABD, Belçika- Lüksemburg, Fransa, İtalya ve İngiltere' dir. Dondurulmuş meyve üretiminde en büyük paya sahip ülkeler ise, ABD, AB Ülkeleri, EFTA Üye Ülkeleri, Tayland, Şili ve Kanada' dır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 62).

ABD' den sonra dünyada en fazla dondurulmuş meyve ve sebze tüketen ülkeler, AB' ye üye olan ülkelerdir. Bu ülkeler içinde en çok dondurulmuş meyve ve sebze üreten ülkeler Danimarka, İrlanda, İngiltere, Almanya ve Hollanda' dır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 63).

1.4.2.2. Dünyada Sebze-Meyve İşleme Sanayiinde Ticaret

Dünya yaş meyve-sebze ticareti incelendiğinde AB ve ülkelerinin ön plâna çıktığı görülmektedir. Gerek Doğu Avrupa Ülkeleri gerekse Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinin gittikçe tüketim yönünde hızlı bir gelişme göstermeleri dikkat çekmektedir. Ayrıca, İngiltere, Almanya ve Rusya Federasyonu dünya ithalatı içinde oldukça önemli bir paya sahip olan ülkelerdir(Güzel, 1998: 2).

Konserve meyve ve sebze ihracatında ve ithalatında ilk sırayı Avrupa Kıtası ülkeleri almaktadır. Amerika kıtası ülkeleri de bu konuda ikinci sırada yer almaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 49).

Yıllar itibariyle önemli yaş meyve ve sebzeler ithalatı Çizelge- 17' de sunulmaktadır.

Çizelge-17. Yıllar İtibariyle Önemli Yaş Meyve ve Sebzeler Dünya İthalatı(Milyon Ton)

Ürünler	1996	1997	1998	1999	2000
Patates	7574	6579	7991	7558	7949
Domates	3441	3553	3571	3585	3653
Soğan	3487	3444	3984	3332	3097
Portakal ve Mandalin	6491	6854	7138	6518	6974
Limon ve Limes	1221	1249	1338	1438	1464
Muz	13.699	13.879	13.434	14.067	14.267
Elma	4995	4808	4507	4774	4729
Üzüm	2127	2153	2209	2292	2567
Armut	1313	1556	1483	1579	1539
Şeftali, Nektarin	959	913	862	1143	1132

Kaynak: İGEME, Yaş Meyve Sebze Sebze Sektörü, Ankara, 2003, s. 9.

Çizelge-17 incelendiğinde, neredeyse tüm ürünlerde yıllar itibariyle istikrarlı bir artış eğiliminin olduğu göze çarpmaktadır. Ayrıca, Muz, patates ve portakal ve mandalının en fazla ithalat hacmine sahip ürünler olduğu dikkat çekmektedir.

Konserve meyve- sebze alt sektöründe Çin en büyük ihracatçı konumundadır. Bu sektörün dünya ihracatı, genel dünya ihracatından daha hızlı bir artış göstermektedir. Gelişmiş ülkelerdeki ithalat artış hızı, sektör ortalamaları civarında seyrederken, gelişmekte olan ülkelerdeki artış hızı ise, büyük dalgalanmalara sahne olmaktadır(Güzel, 1998: 23).

Konserve sektöründe önemli bir yer tutan ürünlerden biri de salçadır. Dünyada salça üretimi ağırlıklı olarak Akdeniz ülkeleri ve ABD’ de gerçekleştirilmektedir. Dünya salça ihracatının çok büyük bir kısmını elinde bulduran ülkeler sırasıyla İtalya, Yunanistan, Türkiye, Portekiz, ABD ve İspanya’ dır. Almanya, İngiltere ve Japonya ise, salça sektöründe önemli ithalatçı konumunda olan ülkelerdir(Güzel, 1998: 30-31).

Dünya ihracatı içindeki payı yüzde 0,3 olan meyve suyu sektöründe Brezilya, ABD, Almanya, Hollanda ve İtalya dünyadaki önemli ihracatçı ülkeler konumundadır. Bu beş ülke dünya meyve suyu ve konsantresi toplam ihracatının yaklaşık yüzde 52’ sini gerçekleştirmektedir. Dünya meyve suyu ve konsantresi

ithalatında ön plânda olan ülkeler ise, ABD, Almanya, Hollanda ve Japonya' dır. Bu dört ülke de dünya meyve suyu ve konsantresi ithalatının yaklaşık yüzde 51'ini gerçekleştirmektedir(İstanbul İhracatçı Birlikleri Dergisi, 2002: 21).

Dondurulmuş meyve ve sebze ürünleri arasında dünyada tüketilen en önemli ürün patatestir. Dondurulmuş patates ürünlerinin dünya genelindeki tüketimi, diğer tüm dondurulmuş sebze kalemlerinin tüketiminden daha yüksektir. Bunun en önemli sebebi ABD' nin tüketimidir. Dünyada tüketilen en önemli dondurulmuş meyve ise çilektir(Güzel, 1998: 11).

Dünyadaki en önemli dondurulmuş sebze ithalatçısı ülke Japonya ve en önemli meyve ithalatçısı ise, Almanya' dır. Hollanda dünyanın en önemli sebze ihracatçısı konumunda bulunmaktadır(Güzel, 1998: 11-12).

1.4.3. Türkiye' de Meyve-Sebze İşleme Sanayii

1.4.3.1. Türkiye'de Meyve-Sebze İşleme Sanayiinde Arz ve Talep

40 milyon ton yaş meyve-sebze üretimi ile Türkiye dünyanın önemli üretici ülkelerinden birisidir(İGEME, 2003: 1). Kuşkusuz bunun en önemli sebeplerinden biri, Türkiye' deki iklim koşullarının her türlü meyve ve sebzenin yetişmesine imkân verebilecek nitelikte olmasıdır(Güzel, 1998: 4).

Yıllar itibariyle Türkiye' de yaş meyve-sebze üretimi Çizelge-18' de sunulmaktadır.

Çizelge-18. Yıllar İtibariyle Türkiye’ de Yaş Meyve- Sebze Üretimi (Bin Ton).

Ürünler	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Portakal	842	890	740	970	1100	1070
Mandalin	453	450	365	480	500	560
Limon	418	401	270	390	520	460
Greyfurt	65	75	55	100	140	130
Elma	2100	2200	2550	2450	2500	2400
Üzüm	3550	3700	3700	3600	3400	3600
Karpuz, Kavun	5400	5800	5550	5815	5725	5805
Kayısı	400	250	206	490	335	530
Şeftali	340	360	355	410	400	430
İncir	300	290	243	255	275	240
Kiraz	186	200	215	195	250	230
Armut	410	415	400	360	360	380
Domates	7250	7800	6600	8290	8956	8890
Patates	4750	4950	5100	5250	6000	5370
Kuru Soğan	2850	1900	2100	2270	2500	2200
Hıyar	1250	1300	1400	1475	1650	1825
Biber	1080	1150	1130	1400	1462	1480
Patlıcan	750	850	847	915	976	924
Havuç	250	270	240	232	239	235
Sarımsak	75	80	85	80	86	81
TOPLAM(Diğerleri Dahil)	36000	35000	36000	39000	41200	41000

Kaynak: İGEME, Yaş Meyve ve Sebze Sektörü, Ankara, 2003, s. 1.

Çizelge-18 incelendiğinde, yıllar itibariyle Türkiye yaş meyve ve sebze üretiminin dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. Ayrıca Türkiye’ de en fazla üretilen meyvelerin karpuz, kavun, üzüm ve elma olduğu, en fazla üretilen sebzelerin ise, patates, domates, kuru soğan, hıyar ve biber olduğu göze çarpmaktadır.

Türkiye’ de meyve- sebze işleme sanayii 1900’ lü yıllarda kurulmuştur. Endüstriyel bazda konserve üretimine 1960 yılında başlanmıştır. Konserve alt sektörü meyve- sebze işleme sektörü içinde oldukça önemli bir yere sahiptir(Nusreti, 1996).

Yıllar itibariyle Türkiye’ de konserve meyve- sebze ve salça üretimi Çizelge-19’ da sunulmaktadır.

Çizelge-19. Yıllar İtibariyle Türkiye’ de Konserve Meyve- Sebze ve Salça Üretimi (Bin Ton).

Yıllar	Konserve Meyve-Sebze Üretimi	Konserve Salça Üretimi
1993	140	150
1994	155	200
1995	190	220
1996	230	280

Kaynak: Güzel, Meyve-Sebze İşleme Sektörü, Vakıfbank Sektör İncelemesi, Haziran 1998, s. 24-32.

Çizelge-19 incelendiğinde, yıllar itibariyle konserve meyve-sebze ve salça üretiminin istikrarlı bir artış eğiliminde olduğu, özellikle salçanın daha hızlı bir biçimde arttığı göze çarpmaktadır.

Türkiye’ de 1960’ lı yılların sonlarında başlayan meyve suyu üretimi, günümüzde orta ve büyük ölçekli işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu işletmeler iç Pazar için özellikle vişne, kayısı ve şeftali suyu üretirken, dış Pazar için daha çok elma ve turunçgil suları üretmektedir.

Türkiye’ de yıllar itibariyle meyve suyu ve konsantresi üretimi Çizelge-20’ de sunulmaktadır.

Çizelge-20. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi Üretimi(Bin Ton).

Yıllar	Meyve Suyu ve Konsantresi Üretimi
1993	182
1994	185
1995	205
1996	280
1997	290
1998	320

Kaynak: İstanbul İhracatçı Birlikleri Dergisi, Meyve Suyu Konsantresi, Yıl: 12, Sayı: 38, Temmuz 2002, s. 18.

Çizelge-20 incelendiğinde, yıllar itibariyle meyve suyu ve konsantresi üretiminin istikrarlı bir biçimde artış gösterdiği göze çarpmaktadır.

Teknolojinin hızlı bir biçimde ilerlemesiyle birlikte, tüketim alışkanlıklarında da bazı değişimler olmaktadır. Bundan dolayı özellikle son yıllarda dondurulmuş gıda maddelerinin tüketiminde hızlı bir artış eğilimi yaşanmaktadır. Türkiye’ de henüz yeni bir sektör olan dondurulmuş meyve-sebze sektörü 1990 yılından itibaren hızlı bir gelişme göstermeye başlamıştır(Güzel, 1998: 13).

Türkiye’ de yıllar itibariyle dondurulmuş meyve-sebze üretimi Çizelge-21’ de sunulmaktadır.

Çizelge-21. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Dondurulmuş Meyve-Sebze Üretimi(Ton).

Yıllar	Dondurulmuş Meyve-Sebze Üretimi
1989	45000
1990	52000
1991	61000
1992	45160
1993	51560
1994	85000
1995	85000

Kaynak: İMKB Gıda Sektörü Araştırması, İstanbul, 1996, s. 69.

Çizelge-21 incelendiğinde, yıllar itibariyle dondurulmuş meyve ve sebze üretiminin düzenli bir artış gösterdiği görülmektedir. Dondurulmuş sebze ve meyve üretiminde 1989-1995 yılları arasındaki 6 yıllık dönemde yaklaşık yüzde 100’ lük bir artış meydana gelmiştir.

Türkiye’ de yıllar itibariyle meyve- sebze işleme sanayiinin bazı alt sektörlerine ilişkin tüketim değerleri ise, Çizelge-22’ de sunulmaktadır.

Çizelge-22. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Meyve-Sebze İşleme Sanayiinin Bazı Alt Sektörlerine İlişkin Tüketim Değerleri

Yıllar	Konserve Meyve-Sebze	Salça	Dondurulmuş Meyve-Sebze
1993	24000	80000	22000
1994	15000	75000	22000
1995	20000	68000	22000
1996	24000	75000	24000

Kaynak: Güzel, Meyve-Sebze İşleme Sektörü, Vakıfbank Sektör İncelemesi, Haziran 1998, s. 15-33.

Çizelge-22 incelendiğinde, konserve meyve- sebze ve salça tüketiminin yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlediği, dondurulmuş meyve sebze tüketiminin ise, aynı seviyelerde seyrettiği göze çarpmaktadır.

Türkiye’ de taze meyve-sebze tüketimi işlenmiş olan ürünlerden daha fazladır. Bu ürünlerin tüketiminde sağlıklı beslenme bilincinin artması, fiyat gibi faktörler önemli rol oynamaktadır(Güzel, 1998: 5).

Türkiye’ de yaş meyve-sebze tüketiminin çok fazla olması, meyve suyu tüketimini olumsuz yönde etkilemektedir. Ancak, yıllar itibariyle meyve suyu tüketiminde az da olsa artışlar yaşanmaktadır. 1996 yılında 192.000 ton olan meyve suyu tüketimi 1998 yılında 225.000 tona çıkmıştır. Türkiye’ de toplam meyve suyu tüketimi içinde, şeftali suyunun payının yüzde 33, kayısı suyunun payının yüzde 30 ve portakal suyunun payının yüzde 20 civarındadır(İstanbul İhracatçı Birlikleri, 2002: 18).

1.4.3.2. Türkiye’ de Meyve-Sebze İşleme Sanayiinde Dış Ticaret

Türkiye’ de meyve-sebze işleme sanayiinin ihracat ve ithalat rakamları alt sektörlerin özelliklerine göre değişiklikler göstermektedir.,

Türkiye’ de yıllar itibariyle meyve-sebze işleme sanayiinin ihracat değerleri Çizelge-23’ te sunulmaktadır.

Çizelge-23. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Sebze-Meyve İşleme Sanayii İhracat Değerleri(Ton).

Meyve-sebze İşleme Sanayii Alt Sektörleri	1995	1996	Değişim Oranı
Yaş Meyve-Sebze	912895	1163602	0,27
Konserve Meyve Sebze	229289	234386	0,02
Salça	122679	172685	0,41
Meyve Suyu	52724	75730	0,44
Dondurulmuş Meyve-Sebze	116065	262135	1,26

Kaynak: Güzel, Meyve-Sebze İşleme Sektörü Vakıfbank Sektör İncelemesi, Haziran 1998, s. 7-43.

Çizelge-23 incelendiğinde, meyve-sebze işleme sanayii içinde en önemli ihracat kaleminin yaş meyve-sebze olduğu, bunu dondurulmuş meyve sebzenin izlediği görülmektedir. Ayrıca, 1996 yılında ihracatta en önemli artışın yüzde 126 ile dondurulmuş meyve-sebze de yaşandığı dikkat çekmektedir.

Türkiye’ de 1996 yılı itibariyle yaş meyve-sebze ihracatı en fazla Suudi Arabistan, Almanya ve Romanya’ ya; konserve meyve-sebze ihracatı en fazla Almanya, Hollanda ve Fransa’ ya; salça ihracatı en fazla Japonya, İngiltere ve Almanya’ ya; meyve suyu ihracatı en fazla Almanya, Rusya ve ABD’ ye; dondurulmuş Meyve-sebze ihracatı ise, en fazla İran, Azerbaycan ve Irak’ a gerçekleştirilmektedir(Güzel, 1998: 2-38).

Türkiye’ de meyve ve sebzelerin işlenmesinde kullanılan hammaddelerin yeterli olması ve insanlardaki taze meyve-sebze tüketme alışkanlığı yurt içi talebin düşük olmasına neden olmakta ve bu yüzden ithalat düşük seviyelerde seyretmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 57).

Türkiye’ de yıllar itibariyle meyve-sebze işleme sanayiinin ithalat değerleri Çizelge-24’ te sunulmaktadır.

Çizelge-24. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Sebze-Meyve İşleme Sanayii İthalat Değerleri (Ton).

Meyve-Sebze İşleme Sanayii Alt Sektörleri	1995	1996	Değişim Oranı
Yaş Meyve-Sebze	6172	16948	1,75
Konserve Meyve-Sebze	2425	2278	-0,06
Salça	-	87	-
Meyve Suyu	4872	8354	0,71
Dondurulmuş Meyve-Sebze	7837	10746	0,37

Kaynak: Güzel, Meyve-Sebze İşleme Sektörü Vakıfbank Sektör İncelemesi, Haziran 1998, s. 9-38.

Çizelge-24 incelendiğinde, en önemli ithalat kaleminin yine yaş meyve olduğu, bunu dondurulmuş meyve-sebzenin izlediği görülmektedir. Ayrıca 1996 yılında en önemli ithalat artışının yüzde 175 ile yaş meyve-sebze de yaşandığı göze çarpmaktadır.

Türkiye’ de 1996 yılı itibariyle yaş meyve-sebze ithalatı en fazla İran ve Hollanda’ dan; konserve meyve-sebze ithalatı en fazla Tayland ve Almanya’ dan; salça ithalatı en fazla Almanya ve Suudi Arabistan’ dan; meyve suyu ithalatı en fazla İran ve KKTC’ den ve dondurulmuş meyve sebze ithalatı da en fazla Hollanda ve Almanya ‘ dan yapılmaktadır(Güzel, 1998: 2-38).

1.5. SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ SANAYİİ

1.5.1. Süt ve Süt Ürünleri Sanayiinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi

En önemli besin kaynaklarından biri olan süt, içerdiği besin maddeleriyle insan vücuduna en fazla katkısı olan maddelerin başında gelmektedir. Süt ve süt ürünleri sektörü, kısa sürede bozulma özelliği bulunan sütün, çeşitli teknolojiler uygulanmak suretiyle işlenmesi, depolanması ve dağıtılmasını kapsayan önemli bir gıda sanayi kolunu oluşturmaktadır (İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996 : 77).

Süt ürünlerinin başında çiğ süttten elde edilen içme sütü gelmektedir. Süttten üretilen gıda maddelerini ikinci alt grubunu yoğurt ve ayran oluşturmaktadır.

Peynirler süte dayalı ürünlerin üçüncü grubunu oluşturmaktadır. Üretim yöntemine göre peynirler; beyaz peynir, kaşar peyniri ile çökelek ve lor gibi diğer peynirler olmak üzere üç ara sınıfa ayrılmaktadır. Süt ürünlerinde dördüncü grubu tereyağı, beşinci grubu süt tozu ve altıncı grubu da dondurma gibi ürünler oluşturmaktadır (İMKB ve Gıda Sektörü Araştırması, 1996:77).

Türkiye'deki belli başlı süt ürünlerinin üretim teknolojilerini şu şekilde açıklamak mümkündür(DPT, 2001:10-15):

- a) Pastörize içme sütü, çiğ sütün biyolojik ve doğal özelliklerine herhangi bir zarar vermeden pastörizasyon işlemi uygulanarak patojen mikro organizmaların vejetatif formlarının tamamen, diğer mikro organizmalarının büyük kısmının yok edilmesiyle elde edilen ve pastörizasyon işleminden hemen sonra kısa sürede $6^{\circ}C$ ' yi geçmeyecek sıcaklığa kadar soğutulan içme sütüdür. Pastörizasyon işlemi sütün, $63^{\circ}C$ ' de 30 dakika, ya da $72^{\circ}C$ ' de 15 saniye tutulması suretiyle gerçekleştirilir.
- b) Endüstriyel anlamda sterilize süt üretim aşamaları, “ çiğ süt ve kalite kontrol-klarifikasyon ve standardizasyon- homojenizasyon- dolum- sterilizasyon-soğutma- depolama” şeklindedir.
- c) Beyaz peynir üretim aşamaları, “ çiğ süt ve kalite kontrolü- klarifikasyon ve standardizasyon- sütün pastörizasyonu, mayalama sıcaklığına kadar soğutulması- kalsiyumklorür, starter kültür ve peynir mayası ilavesi- pıhtı oluşması- pıhtının kesilmesi, peynir suyunun uzaklaştırılması, pıhtının toplanması ve baskıya alınması- pıhtının kalıplarda bekletilmesi- telemenin kesilmesi ve salamuraya alınması- paketlenme- soğuk depolama ve olgunlaştırma” şeklindedir.
- d) Kaşar peyniri üretim aşamaları, “çiğ süt ve kalite kontrolü- klarifikasyon ve standardizasyon- sütün pastörizasyonu, mayalama sıcaklığına kadar soğutulması- kalsiyumklorür, starter kültür ve peynir mayası ilavesi- pıhtı oluşması - pıhtının kesilmesi, peynir suyunun uzaklaştırılması, pıhtının toplanması ve baskıya alınması- telemenin kesilmesi- telemenin fermantasyonu- telemenin doğranması, haşlanması, şekillendirilmesi-

telemenin kalıplanması- kalıpların çevrilmesi- ön olgunlaştırma ve tuzlama- kabuk bağlama- soğuk depoda muhafaza” şeklindedir.

- e) Yoğurdun üretim aşamaları, “ çiğ süt ve kalite kontrolü- klarifikasyon ve standardizasyon-homojenizasyon- ısıtma işlemi- inokülasyon ısısına kadar soğutma- starter kültür ilavesi- paketlenme- inkübasyon- soğutma- soğuk depolama” şeklindedir.
- f) Ayran üretimi, hazırlanmış yoğurt uygun oranda sulandırılarak yapılır. Tuz katıldıktan sonra homojen bir şekilde karıştırılan ayran plastik kaplarda, çok katlı karton kutularda veya cam şişede ambalajlanarak piyasaya verilir.
- g) Tereyağı üretim aşamaları, “ çiğ süt ve kalite kontrolü- ön ısıtma- separasyon- kremanın pastörizasyonu, olgunlaştırılması, nötralizasyonu-standardizasyonu- starter ilavesi- yayıklama- yıkama- yoğurma, tuzlama-paketlenme” şeklindedir.
- h) Süt tozu, yağı alınarak, ya da alınmadan silindir veya püskürtme olmak üzere iki yöntemle üretilmektedir.
- ı) Dondurma üretim aşamaları, “karışımın hazırlanması- pastörizasyon- homojenizasyon- soğutma- olgunlaştırma- aroma ve renk maddesi ilavesi- dondurma- paketlenme- sertleştirme” şeklindedir.

1.5.2. Dünyada Süt ve Süt Ürünleri Sanayii

1.5.2.1. Dünyada Süt ve Süt Ürünleri Sanayiinde Arz ve Talep

Dünyada süt üretimi 1994 yılı itibariyle 529 milyon ton düzeyinde gerçekleşmiştir. Bu üretimin neredeyse yüzde 30’ u AB ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. AB ülkeleri, dünyanın en büyük süt üreticisi ülkeleri konumundadırlar. AB ‘deki süt üretiminin yarısı Almanya ve Fransa tarafından gerçekleştirilmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996:78-79). AB ülkelerinden sonra en önemli süt üreticileri ABD, Yeni Zelanda, Avusturalya, Kanada ve Japonya’ dır(Nusreti, 1996). AB ülkeleri süt tüketiminde de en ön sırada bulunmaktadır.

1.5.2.2. Dünyada Süt ve Süt Ürünleri Ticareti

Dünyada en büyük süt ve süt ürünleri üreticisi olan AB ülkeleri, aynı zamanda sektör dış ticaretini yönlendiren bir konumdadır. Bu ülkelerde sektör sıkı tedbirlerle korunmakta ve iç talebin neredeyse tamamı üye ülkelere karşılanmaktadır. AB ülkelerinde 1990-1994 yılları arasında toplam tüketimin ithalat yoluyla karşılanan kısmı ortalama yıllık yüzde 1 civarındadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996:80).

Dünyada süt ve süt ürünleri sektörünün dış ticareti incelendiğinde, sektör ürünlerinden peynirde net dış ticaret fazlası oluşurken, tereyağı ve süt tozu dış ticaretinde net açık olduğu göze çarpmaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996:81).

1.5.3. Türkiye' de Süt ve Süt Ürünleri Sanayii

1.5.3.1. Türkiye'de Süt ve Süt Ürünleri Sanayiinde Arz ve Talep

1980'li yılların sonuna kadar süt sektörüne gerekli teşviğin verilmemesi nedeniyle süt hayvanı yetiştiriciliği azalmış, süt fabrikaları da üretimlerini azaltmışlardır. Süt işleme tesislerinin teknoloji ve kapasite açısından büyük farklılıklar arz etmesi, kalite ve maliyette haksız rekabet yaratmıştır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996:81-82).

Türkiye'de yıllar itibariyle süt ve süt ürünleri üretimi Çizelge-25'te sunulmaktadır.

Çizelge-25. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Süt ve Süt Ürünleri Üretimi(Ton).

Süt ve Süt Ürünleri	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Süt (pastörize)	140.000	121.000	153.000	153.000	128.000	112.000
Süt (sterilize)	89.000	91.000	22.000	16.000	10.000	57.000
Beyaz Peynir	20.000	19.000	22.000	20.000	18.000	21.000
Kaşar Peynir	3.000	4.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Eritme ve Krem Peyniri	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	3.000
Diğer Peynirler	300	2.000	400	3.000	400	1.000
Tereyağı	2.000	3.000	4.000	5.000	5.000	6.000
Krema	1.000	1.000	2.000	2.000	1.000	2.000
Yoğurt	77.000	63.000	79.000	105.000	97.000	84.000
Ayran	17.000	17.000	18.000	21.000	18.000	21.000
TOPLAM	352.000	323.000	308.000	332.000	285.000	313.000

Kaynak: www.dic.gov.tr

Çizelge-25 incelendiğinde, süt ve süt ürünlerinde, tereyağı dışındaki diğer tüm ürünlerin üretiminde yıllar itibariyle dalgalanmalar gözlenmektedir. Tereyağı üretiminde ise, yıllar itibariyle istikrarlı bir artış söz konusudur. Bununla birlikte süt, yoğurt, ayran ve peynirin en çok üretilen ürünler arasında yer aldığı da dikkat çekmektedir.

Türkiye’de 1992 yılı itibariyle kişi başına yıllık süt ve süt ürünleri tüketimi ise, Çizelge-26’da sunulmaktadır.

Çizelge-26. Türkiye’de 1992 Yılı İtibariyle Kişi Başına Yıllık Süt ve Süt Ürünleri Tüketimi(kg)

	Gerçekleşen Tüketim	Gerçekleşmesi Gereken Tüketim
İçme Sütü	4,2	36,5
Yoğurt	10,0	36,5
Beyaz Peynir	2,7	14,6
Kaşar Peyniri	0,6	3,7
Diğer Peynirler	0,6	3,5
Tereyağı	2,1	3,6
Süt Tozu	0,2	0,2

Kaynak: Devlet Planlama Teşkilatı, Süt ve Süt Mamulleri, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, s. 46.

Çizelge-26 incelendiğinde, ülkemizde süt ve süt ürünlerinde kişi başı tüketimin olması gereken miktarların çok altında gerçekleştiği dikkat çekmektedir.

Avrupa'da kişi başına yıllık süt tüketimi 360 kg civarında iken, bu rakam ülkemizde neredeyse üçte bir oranındadır(Nusreti, 1996).

Mevsimselliğin taleple olan etkileşimi, mandıra ürünleri ile fabrika ürünleri arasındaki fiyat farkı, talep istikrarsızlığı, reorganizasyon ihtiyacı ve süt ürünlerinin küçük kuruluşların tekelinde olması gibi meseleler, sektörün önemli sorunlarıdır(Nusreti,1996).

1.5.3.2.Türkiye’de Süt ve Süt Ürünleri Sanayiinde Dış Ticaret

Süt ve süt ürünleri ihracatının en önemli kalemini peynir ve tereyağı oluşturmaktadır. Ülkemiz açısından en önemli Pazar ise Orta Doğu ülkeleridir.

Türkiye’de yıllar itibariyle süt ve süt ürünleri ihracatı Çizelge-27’de sunulmaktadır.

Çizelge-27. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Süt ve Süt Ürünleriyle İhracatı(Ton).

	1990	1991	1992	1993	1994
Süt ve Krema	33	48	51	55	50
Yoğurt ve Ayran	200	31	97	100	100
Peynir	3240	2162	2383	3000	3900
Tereyağı	127	111	360	455	400
Diğer	7	478	142	100	140
TOPLAM	8050	6896	8119	9294	9477

Kaynak:İMKB Gıda Sektörü Araştırması, İstanbul, 1996, s. 87.

Çizelge-27 incelendiğinde, peynir ve tereyağı ihracatının toplam ihracat içindeki payının çok yüksek olduğu göze çarpmaktadır. Özellikle, süt, krema ve tereyağında yıllar itibariyle istikrarlı artışlar kaydedildiği de dikkat çekmektedir.

İhracatta en büyük pazarı Suudi Arabistan, Kuveyt ve Ürdün oluşturmaktadır. Toplam ihracatın yaklaşık üçte biri bu ülkelere yapılmaktadır (Gıda Sektörü Araştırması, 1996:88).

Türkiye’de süt ürünleri ithalatı, genel ihracatta olduğu gibi döviz kurundaki değişmelerin ve yıllık büyüme hızına bağlı olarak ortaya çıkan yurt içi talebin ve dış ticaretteki liberalleşmenin etkisi altında bulunmaktadır.

Türkiye’de yıllar itibariyle süt ve süt ürünleri ithalatı Çizelge-28’de sunulmaktadır.

Çizelge-28. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Süt ve Süt Ürünleri İthalatı (Ton).

	1990	1991	1992	1993	1994
Süt ve Krema	10.400	6.400	6.400	6.000	6.200
Tereyağı	2.400	5.200	7.500	5.600	2.000
Peynir	800	1.100	2.700	5.100	2.600
TOPLAM	14.700	18.600	22.100	17.900	11.600

Kaynak: İMKB Gıda Sektörü Araştırması, İstanbul, 1996, s. 89.

Çizelge-28 incelendiğinde ithalatta en önemli kalemin süt ve krema olduğu, Süt ve süt ürünleri ithalatının yıllar itibariyle dalgalanmalar gösterdiği dikkat çekmektedir.

Ülkemizde süt ürünleri ithalatı daha çok Avrupa’ da bulunan OECD üyesi ülkelerden yapılmaktadır. Almanya, Hollanda, Fransa ve Danimarka Türkiye’nin en çok süt ürünleri aldığı ülkelerin başında gelmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996).

1.6.ŞEKER VE ŞEKERLİ ÜRÜNLER SANAYİİ

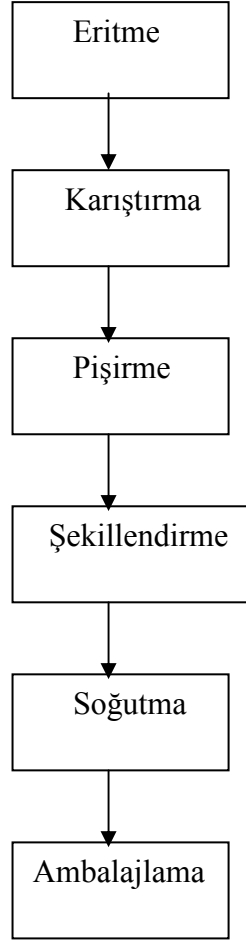
1.6.1. Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayiinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi

Şeker, hem kendisi başlı başına bir mamul, hem de birçok şekerli mamulün üretiminde kullanılan bir ara mamuldür.”Şeker ve şekerli mamuller” olarak adlandırılan bu ürünler;şeker, melas, yaş küspe, helva, lokum, sakız, şekerlemeler, çikolata ve kakaolu mamuller ve kakao tozu ürünleri olarak sınıflandırılmaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996:91).

Dünyada şeker üretimi, şeker kamışı ve şeker pancarına dayalı olarak iki ayrı yöntemle yapılmaktadır. Şeker kamışı kullanılarak üretilen şeker daha fazla tercih edilmesine rağmen, söz konusu ham maddenin sadece tropikal bölgelerde yetişmesi, bir çok bölgede şeker pancarına dayalı üretim yapılmasını zorunlu kılmaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996:91).

Şeker; kristal şeker ve küp şeker olarak üretilmektedir. Küspe şeker pancarının posasıdır. Melas ise, pancarın işlenmesi sırasında elde edilen koyu kahverengi kıvamında tatlı bir sıvıdır(DPT, 2001:8-11).

Şekerli ürünler genel olarak, yüksek ısıda pişirilen şeker ile glikoza (veya sadece sakaroza) sitrik asit, tartarik asit, ya da potasyum bir tartarat eklenmesiyle oluşan hamura, nihai ürünün türüne uygun katkı maddelerinin (süt,süt tozu, kakao, yağ, pektin, jelatin, bal, nişasta, lesitin, yumurta akı, aroma, kuru yemiş vd.) eklenmesinden sonra, uygun şekillendirme işlemlerinin gerçekleştirilmesiyle elde edilir. Belli özellikleri üründen ürüne değişmekle birlikte, şekerli ürünlerin imal edilmesinde izlenen başlıca aşamalar Şekil-3'de gösterilmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996:92).



Kaynak: Devlet Plânlama Teşkilatı, 1992, VII. Beş Yıllık Plân, Şekerleme ve Ona Bağlı Alt Sektör Raporu, s. 2-3.

Şekil 3. Şekerli Ürünler Üretim Aşamaları Şeması

1.6.2. Dünyada Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayi

1.6.2.1. Dünyada Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayiinde Arz, Talep ve Dış Ticaret

Şeker dünyada özel bir öneme sahip ürün olarak kabul görmektedir. Şeker alternatifleri olarak bir çok ürün bulunmakla birlikte, bu ürünlerden hiçbirisi şeker kamışından veya şeker pancarından imal edilen şekerin yerini alamamıştır (DPT, 2002: 5).

Dünyada en önemli şeker üreticisi: AB ülkeleridir. Bunu, Hindistan ve Brezilya takip etmektedir. Dünyada şekerin kişi başına tüketimi incelendiğinde, 75 kg ile Küba' nın ilk sırada olduğu, bu ülkeyi 55 kg ile Brezilya ve Avustralya' nın,38 kg ile AB ülkelerinin ve 32 kg ile de ABD' nin izlediği görülmektedir. Türkiye' de bu rakam 29 kg civarındadır. Öte yandan, ticarete konu olan iki tür şeker bulunmaktadır.Bunlar, ham ve rafine şekerdir. Pancar şekeri sadece rafine olarak ihraç edilirken, kamış şekeri ham ve rafine halde ihraç edilebilmektedir(DPT, 2002: 6).

Önemli ülkeler itibariyle şeker üretim, tüketim ve dış ticareti Çizelge-29' da sunulmaktadır.

Çizelge-29. Önemli Ülkeler İtibariyle Şeker Üretim, Tüketim ve Dış Ticareti(1995-2000 Ortalaması, Bin Ton).

Ülke	Şekerin Türü	Üretim	Tüketim	İhracat	İthalat
AB	Pancar	18.281	14.279	5.579	1.843
ABD	Pancar/Kamış	7.327	8.998	193	1.964
Avustralya	Kamış	5.226	968	4.154	3
Brezilya	Kamış	16.308	8.808	7.508	0
Çin	Pancar/Kamış	7.893	8.745	435	880
G.Afrika	Kamış	2.505	1.387	1.138	49
Hindistan	Kamış	17.131	16.541	317	496
Japonya	Pancar/Kamış	806	2.379	7	1.598
Küba	Kamış	3.955	708	3.283	0
Meksika	Kamış	4.989	4.331	719	66
Polonya	Pancar	2.072	17.055	342	44
Tayland	Kamış	5.531	1.749	3.804	0
Türkiye	Pancar	2.180	2.035	281	151
Diğer		32.320	50.341	7.820	25.850
TOPLAM		126.523	123.023	35.581	33.473

Kaynak: DPT, Şeker Politikalarında Yeni Yönelimler ve Türkiye'nin Konumu, Ankara, 2002, s. 7.

Çizelge-29 incelendiğinde, 1995-2000 yılları arasında Dünyada ortalama 126.523.000 ton şeker üretildiği, 123.023.000 tonun ise tüketildiği görülmektedir. Bu üretimi büyük kısmını AB ülkeleri, Brezilya ve Hindistan gerçekleştirirken tüketimin

büyük bölümünü Hindistan, AB ülkeleri ve ABD' de gerçekleştirmektedir. Ayrıca, Dünya şeker ihracatında en büyük payı Brezilya ve AB ülkeleri alırken, ithalatta en yüksek payı ABD, AB ülkeleri ve Japonya almaktadır.

Dünya şeker ve çikolatalı ürünler ticaretinde en önemli ihracatçı ülkeler Küba, AB ülkeleri ve Ukrayna iken, en önemli ithalatçı ülkeler ise, Rusya, Ab ülkeleri ve ABD' dir.

1.6.3. Türkiye' de Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayi

Türkiye' de şeker fabrikası kurma girişimleri 1840 tarihine kadar uzanmaktadır. Ancak, günümüzde şeker bir Kamu İktisadî Teşebbüsü(KİT) olan Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş tarafından üretilmektedir(İstanbul Ticaret Odası, 1997: 3-6).

1.6.3.1. Türkiye' de Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayinde Arz ve Talep

Türkiye' de üretilen şekerin yüzde 90'ından fazlası toz şeker olarak, kalan kısmı ise kesme şeker olarak üretilmektedir. Şeker üretimi şeker pancarından rekolte şartlarına ve dünya piyasalarının içinde bulunduğu koşullara göre yıldan yıla önemli farklılıklar göstermektedir.

Türkiye' de yıllar itibariyle şeker ve şekerli ürünler üretimi Çizelge-30' da sunulmaktadır.

Çizelge-30. Türkiye' de Yıllar İtibariyle Şeker ve Şeker Ürünleri Üretimi(Ton).

	1993	1994	1995
Şeker	2.016.000	1.850.000	1.900.000
Helva	47.000.	46.000	49.000
Lokum	40.000	38.000	38.000
Sakız	35.000	61.000	63.000
Şekerlemeler	130.000	139.000	141.000
Çikolata ve Kakaolu Ürünler	72.000	77.000	81.000

Kaynak: İMKB Gıda Sektörü Araştırması,İstanbul, 1996, s. 99.

Çizelge-30 incelendiğinde, şeker üretiminde yıllar itibariyle düşüş gözlenirken, şeker ürünlerinin çoğunun üretiminde artışlar gözlenmektedir. Ayrıca, şeker ürünleri içinde en önemli kalemin çikolata ve kakaolu ürünler olduğu göze çarpmaktadır.

Dünya şekerleme sektöründe özellikle kış aylarında mevsimsel tüketim artışı yaşanmakta, Türkiye' de buna ek olarak dini bayramlarda da büyük artışlar gözlenmektedir.

Türkiye' de yıllar itibariyle şeker ve şekerli ürünler tüketimi Çizelge-31' de sunulmaktadır.

Çizelge-31. Türkiye' de Yıllar İtibariyle Şeker ve Şekerli ürünler Tüketimi(Ton).

	1993	1994	1995
Şeker	1.700.000	1.750.000	1.795.000
Helva	46.000	44.000	46.000
Lokum	37.000	37.000	37.000
Sakız	20.000	21.000	23.000
Şekerlemeler	125.000	125.000	129.000
Çikolata ve Kakaolu Ürünler	58.000	58.000	59.000
Kakao Tozu	8.000	8.000	9.000

Kaynak: İMKB Gıda Sektörü Araştırması,İstanbul, 1996, s. 100.

Çizelge-31 incelendiğinde üretimin aksine şeker tüketiminde yıllar itibariyle artışların gerçekleştiği görülmektedir. Şeker ürünlerinin tamamında bir artış eğilimi

dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, şekerlemeler önemli bir tüketim ürünü konumundadır.

1995 yılından sonra Türkiye’ de şekerli ürünlerde üretim dalgalanma gösterirken, tüketim düzenli bir artış göstermiştir(İGEME, 2000: 11-12).

1.6.3.2. Türkiye’ de Şeker ve Şekerli Ürünler Sanayinde Dış Ticaret

Türkiye’ de şeker ve şekerli ürünler dış ticaretine ithalat ham ve rafine şekerde yoğunlaşırken ihracat ise, şekerli ürünlerde yoğunlaşmıştır. Türkiye’ de yıllar itibariyle şeker ve şekerli ürünlerde ihracat ve ithalat verileri Çizelge-32’ de sunulmaktadır(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996).

Çizelge-32. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Şeker ve Şekerli Ürünlerde İhracat ve İthalat Verileri(Milyar TL).

Yıllar	İhracat	İthalat
1993	2679	263
1994	3622	224
1995	2748	305

Kaynak: DPT, Ekonomik ve Sosyal Göstergelerdeki Değişmeler, Ankara, 1995, s. 38.

Çizelge-32 incelendiğinde, Türkiye’ de şeker ve şekerli ürünler ithalat ve ihracatı arasında, ihracat lehine oldukça büyük bir fark olduğu dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, ilgili ürünlerin hem ihracatında hem de ithalatında 1993-1995 yılları arasında dalgalanmalar görülmektedir.

Türkiye’ de 1995 yılından sonra da şekerli ürünler ithalat ve ihracatında dalgalanma devam etmiş, ilgili ürünün ithalat ve ihracatında inişli ve çıkışlı dönemler yaşanmıştır(İGEME;2002: 14-25).

Türkiye’ nin şekerli ürünler ihracatı Ortadoğu Ülkeleri ve Doğu Bloğu Ülkelerine yoğunlaşmakta, jöleli ürünler ihracatı ise daha çok ABD ve AB ülkelerine gerçekleştirilmektedir.

1.7. UN VE UNLU ÜRÜNLER SANAYİİ

1.7.1. Un ve Unlu Ürünler Sanayinin Tanımı, Kapsamı ve Teknolojisi

Tarım sektörünün başlıca ürünü olan tahıllar, gıda sektöründe hammadde olarak kullanılmaktadır. Tahıl ürünleri içinde buğday ve pirinç hem üretim, hem de tüketim de ilk sırada yer almaktadır. Buğday una dönüştürülürken, "yabancı maddelerden ayrılması-tavlama-valsler arasında öğütme- elemekle ile buğdayın endosperminin kepekten ayrılması" aşamalarından geçirilmektedir. Buğdayın öğütülmesi, un fabrikalarında valslerle küçük işletmelerde ise değirmenlerle yapılmaktadır(Alkan, 1998: 2).

Unlu ürünler sınıfına ekmek, makarna ve bisküvi girmektedir. Makarna, irmiğin veya unun su ve bazı zenginleştirici maddelerin karıştırılması, şekil verilmesi ve kurutulması suretiyle elde edilen yarı hazır bir gıda maddesidir. Bisküvi ise, unun içerisine şeker, tuz, yağ ve kabarmayı sağlayan maddelerin katılmasından sonra su ile yoğurma, şekil verme ve pişirme işlemlerinden sonra elde edilen bir nihaî gıda ürünüdür(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 103).

Buğday en eski tarihlerden beri insanın en önemli gıdalarından biri olarak önem kazanmıştır. Önceleri taş havanda dövülerek un haline getirilip tüketilen buğday, valslerinden icadından sonra, un elde edilmesi sanayi şekline dönüşmüş ve hızla gelişerek günde 500 tonun üzerinde buğday öğütebilecek kapasitede modern un fabrikaları kurulmuştur(Tarıkahya, 1991: 8).

1.7.2. Dünyada Un ve Unlu Ürünler Sanayii

1.7.2.1. Dünyada Un ve Unlu Ürünler Sanayinde Arz, Talep ve Dış Ticaret

Un üretiminin temel hammaddesi olan buğday hemen hemen dünyanın bütün ülkelerinde üretilmektedir. En çok buğday üretilen ülkeler Çin, Rusya, Fransa, Kanada, ABD ve Hindistan' dır. Ancak, genellikle ülkelerde iç piyasaya dönüm

üretim söz konusudur. Üretilen buğdayın önemli bir bölümünün un imalâtı için kullanılmasının yanı sıra bir kısmının ihracatı ve başka şekillerde tüketimi de söz konusudur. Buğday üretimi düşük olmasına rağmen un sanayilerindeki gelişmeleri nedeniyle un üretimi verimliliği yüksek olan ülkelerin başında Fransa, Japonya ve İngiltere gelmektedir(İMKB Gıda Sektörü Araştırması, 1996: 104-105).

Dünya buğday arzı 1995-1996 döneminde yaklaşık 537.390.000 ton olarak gerçekleştirilmiştir. Aynı dönemde buğday talebi ise, 550.380.000 ton olarak gerçekleşmiştir. Dünya bisküvi üretimi 1994 yılında 709.000 ton olmuştur(Alkan,1998: 3-45). Dünya makarna üretimi ise, 2000 yılında 9.490.553 ton olarak gerçekleştirilmiştir(Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2002: 6).

Dünya bisküvi, makarna ihracat ve ithalatına ilişkin veriler Çizelge-33' de sunulmaktadır.

Çizelge-33. Dünya Bisküvi, Makarna İhracat ve İthalatı(Ton).

Yıllar	Bisküvi		Makarna	
	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat
1993	704.741	525.570	1.336.343	1.054.935
1994	889.869	891.301	1.166.001	1.217.465
1995	-	-	1.657.586	1.256.274

Kaynak: Alkan, Un ve Unlu Mamüller, Vakıfbank Sektör İncelemesi, 1998, s. 20-44.

Çizelge-33 incelendiğinde, hem bisküvi hem de makarna ithalat ve ihracatının yıllar itibariyle istikrarlı bir artış gösterdiği gözle çarpılmaktadır. Dünya bisküvi ithalatı 1994 yılında, ihracatı aşmıştır. Makarna da ise, ihracat sürekli ithalatın üzerinde seyretmektedir.

1.7.3. Türkiye' de Un ve Unlu Ürünler Sanayi

1.7.3.1. Türkiye' de Un ve Unlu Ürünler Sanayinde Arz ve Talep

Buğday Türkiye' nin en önemli tarım ürünü olup ihracata dayalı olup, ihracata dayalı gıda sektörünün de önemli bir ham maddesi durumundadır. Türkiye' de yıllar itibariyle buğday üretimi Çizelge-34' de sunulmaktadır.

Çizelge-34. Türkiye' de Yıllar İtibariyle Buğday Üretimi

Yıllar	Miktar(Bin Ton)
1990	20.000
1991	20.400
1992	19.300
1993	21.000
1994	17.500
1995	18.000
1996	18.500

Kaynak: www.dic.gov.tr

Çizelge-34 incelendiğinde, yıllar itibariyle Türkiye buğday üretiminde dalgalanmalar olduğu göze çarpmaktadır. 1990 yılında 20.000.000 ton olan buğday üretimi, 1996 yılında 18.500.000 tona kadar gerilemiştir.

1996 yılında Türkiye' de buğday unu üretimi ise, düzenli bir artış göstererek 10.610.000 ton olarak gerçekleşmiştir(Alkan, 1998: 10).

Türkiye' de yıllar itibariyle bisküvi ve makarna üretim ve tüketim verileri Çizelge-35' de sunulmaktadır.

Çizelge-35. Türkiye’ de Yıllar İtibariyle Bisküvi ve Makarna Üretim ve Tüketim Verileri(Bin Ton).

Yıllar	Bisküvi		Makarna	
	Üretim	Tüketim		Üretim
1990	260	245	1990	260
1991	311	285	1991	311
1992	325	300	1992	325
1993	352	316	1993	352
1994	353	300	1994	353
1995	415	307	1995	415

Kaynak: www.dpt.gov.tr

Çizelge-35 incelendiğinde, hem bisküvi hem de makarna sektöründe yıllar itibariyle istikrarlı bir artış eğilimi olduğu ve her yıl için üretimin tüketimden daha fazla olduğu göze çarpmaktadır.

Türkiye’ de un sektörünün üretimini etkileyen en önemli unsurların başında; tarım politikaları nedeniyle oluşan istikrarsızlık, iklimle bağılılık, tüketim alışkanlıklarının değişmesi, teknolojik yetersizlik, kâr marjının düşüklüğü ve hammadde kalitesinin yetersizliği gelmektedir(Cebeci, 1996).

1.7.3.2. Türkiye’ de Un ve Unlu Ürünler Sanayinde Dış Ticaret

Özellikle son dönemlerde buğday üretiminin azalması ve üretilen buğdayların iç piyasa ihtiyaçlarının karşılanmasında kullanılması, Türkiye’ nin buğday ihracatının azalmasına ve ithalatının da artmasına neden olmaktadır. Buğday ithalatı, sadece üretim yetersizliği nedeniyle değil aynı zamanda kaliteli buğdaya olan ihtiyaçtan da kaynaklanmaktadır. Türkiye ekmeklik buğday ithalatını genellikle ABD, Almanya ve Bulgaristan’ dan, makarnalık buğdayı ise, İtalya, Kanada ve Meksika’ dan yapmaktadır.

Yıllar itibariyle Türkiye’ nin buğday ihracat ve ithalatı Çizelge-36’ da sunulmaktadır.

Çizelge-36. Yıllar İtibariyle Türkiye'nin Buğday İhracat ve İthalatı

Yıllar	İhracat	İthalat
1990	24.975	291.491
1991	2.317.277	160.196
1992	3.804.502	500.408
1993	648.653	724.854
1994	980.029	497.433
1995	232.843	2.298.318

Kaynak: Alkan, Un ve Unlu Mamüller, Vakıfbank Sektör İncelemesi, 1998, s.11-18.

Çizelge-36 incelendiğinde, yıllar itibariyle Türkiye'nin buğday ihracat ve ithalatından önemli dalgalanmalar olduğu göze çarpmaktadır. Önceleri ihracat, ithalattan çok fazla iken son dönemlerde durum tam tersine dönmüştür.

Ayrıca, yıllar itibariyle Türkiye'nin ihracat ve ithalat değerinde büyük oranlı artışlar ve azalışlar yaşanmaktadır.

Türkiye'nin buğday unu ihracatında ise, yıllar itibariyle istikrarlı artışlar yaşanmaktadır. 1989 yılında 173.240 ton olan ihracat, 1995 yılında yaklaşık 620.000 tona ulaşmıştır. Ancak, buğday unu ithalatında aynı istikrar söz konusu değildir. 1989 yılında 23 ton olan ithalat, 1991 yılında 5.646 ton olmuş ve 1995 yılında 73 tona düşmüştür. Yani, yıllar itibariyle anormal farklılıklar söz konusudur.

Türkiye' de yıllar itibariyle bisküvi ve makarna ithalat ve ihracatı Çizelge-37' de sunulmaktadır.

Çizelge-37. Türkiye' de Yıllar İtibariyle Bisküvi ve Makarna İthalat ve İhracatı(Ton)

Yıllar	Bisküvi		Makarna	
	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat
1992	32.011	382	59.731	139
1993	41.109	716	52.856	320
1994	63.033	763	85.463	136
1995	118.109	351	111.230	179
1996	162.119	1545	108.894	311
1997	148.015	3939	135.988	305

Kaynak: Alkan, Un ve Unlu Mamüller, Vakıfbank Sektör İncelemesi, 1998, s. 19-45.

Çizelge-37 incelendiğinde, hem bisküvi hem de makarnanın ithalat ve ihracatı arasında, ihracat lehine önemli bir fark bulunmaktadır. Bununla beraber, ithalat ve ihracat değerlerinin istikrarlı bir artış içinde seyrettiğini de söylemek mümkündür.

Türkiye bisküvi ihracatının önemli bir kısmını Rusya Federasyonu ve Suudi Arabistan'a gerçekleştirmektedir. Makarna ihracatının büyük bir kısmı ise, Rusya Federasyonu ile Kuzey Ülkelerine yapılmaktadır(Köse ve Saraçoğlu, 2000: 12-14).

Türkiye 1997 yılı itibariyle, toplam bisküvi ithalatının büyük bir kısmını Belçika'ya, toplam makarna ithalatının ise, önemli bir kısmını İtalya'ya yapmaktadır(Alkan,1998: 3-45).

1.8. SON ALTI YILDA (2000-2005) GIDA SANAYİNDE ÜRETİM DEĞERLERİNİN SEYRİ

Türkiye ekonomisindeki yerini özellikle 1980'li yıllardan itibaren sağlamlaştırmaya başlayan gıda sektörü, makro ekonomik rakamlardaki iyi tabloya rağmen durgunlukla boğuşmaktadır.

Gıda sanayinde son altı yılda (2000-2005) Türkiye' de gıda sanayinde oluşan üretim değerleri Çizelge-38' de sunulmaktadır.

Çizelge-38. 2000-2005 Yılları İtibariyle Türkiye Gıda Sektörü Üretim Değerleri

Ürün	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Bitkisel Yağ	392.201	435.174	386.876	475.402	439.899	510.518
Et ve Et Ürünleri	1.004.686	787.390	892.514	905.137	1.078.098	1.153.330
Sebze-Meyve İşleme	534.339	574.553	592.590	652.907	691.075	716.669
Süt ve Süt Ürünleri	906.593	914.537	964.232	1.040.291	1.107.771	1.187.067
Şeker ve Şekerli Ürünler	870.334	711.915	825.965	787.553	859.685	859.950
Un ve Unlu Mamuller	2.592.462	2.640.893	2.687.430	2.788.291	2.885.010	2.992.304
TOPLAM	6.300.615	6.064.462	6.349.607	6.649.581	7.061.538	7.419.838

Kaynak: Referans Gazetesi, 28 Mart 2006, s. 9.

Çizelge-38 incelendiğinde, alt sektörlerin hemen hepsinin üretiminde istikrarlı bir artış eğilimi olduğu gözlenmektedir. 2000-2005 yılları arasında oransal olarak en ciddi artış bitkisel yağ sektöründe yaşanmıştır. Şeker ve şekerli ürünler sektörü ise, artışın yaşanmadığı tek sektör olarak dikkat çekmektedir. Sebze-meyve işleme sektörü ile süt ve süt ürünleri sektörü de son 6 yıl içinde önemli artışlar sağlayan diğer sektörler olarak dikkat çekmektedir.

Gıda sanayiinin tüm sektörleri dikkate alındığında, 1990'lı yıllardan günümüze gıda sanayiinin çok yol katettiği ve Türkiye ekonomisi içinde oldukça iddialı ve önemli bir konuma geldiğini söylemek mümkündür.

İKİNCİ BÖLÜM

2. FİRMALARIN FİNANSAL PERFORMANSLARININ ÖLÇÜLMESİNDE ORAN (RASYO) ANALİZLERİ VE ÖZSERMAYE KÂRLILIĞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

2.1. Oran (Rasyo) Analizleri

Firmaların finansal performanslarının ölçülmesinde kullanılan en önemli araçlardan biri oran (rasyo) analizleridir. Oran analizleri sayesinde, firmaların halihazırdaki finansal durumları ve performanslarının ortaya konulması mümkündür(Ceylan, 2003: 39).

2.1.1. Oran Analizlerinin Tanımı, Niteliği ve Kapsamı

Oranlar, finansal tablolarda yer alan kalemler arasındaki ilişkilerin basit matematik ifadesi şeklinde tanımlanabilir. Finansal tablolarda bir çok kalemin bulunduğu göz önüne alındığında, bu kalemlerin birbirleriyle karşılaştırılması suretiyle, oldukça fazla oran elde edilebileceği açıktır. Ancak, önemli olan elde edilecek oranların fazlalığı değil, bunları bir anlam ifade etmesidir. Bu açıdan bakıldığında bir firmanın finansal durumunu analiz ederken, o firmanın likidite durumu borç ödeme gücü, finansman şekli, faaliyet sonuçları, kârlılığı, iktisadî varlıklarını etkin biçimde kullanıp kullanmadığı gibi konulara ışık tutacak oranların hesaplanması gerekmektedir. Firma ile ilgili anlamlı soruları yanıtlama amacı gütmeyen, firmanın malî durumunun ve faaliyet sonuçlarının kavranmasına katkıda bulunmayan oranların hesaplanmasından kaçınmak gerekir. Gerektiğinden çok fazla sayıda oranı hesaplamak, bir kavram kargaşası yaratmaktan ve zihinleri karıştırmaktan öteye gidemez(Akgüç, 1998: 20).

Oranların firma amaçları ile bütünleştirilerek yorumlanmasında bazı kıstaslardan yararlanmak gerekmektedir. Örneğin, firma içinde hesaplanan oranları,

firmanın geçmiş dönemlerinde hesaplanan oranlarla ve deneyimler sonucunda bulunan genel kabul görmüş oranlarla, ya da firmanın içinde bulunduğu endüstri kolu için geliştirilen oranlarla karşılaştırılması ve buna göre bir değerlendirme yapılması gerekir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 606).

Finansal analizde kullanılan oranları, hesaplanış biçimlerine göre üç ana grupta toplamak mümkündür(Akdoğan ve Tenker, 2005: 606-607):

- a) Firma içi finansal oranlar,
- b) Firma dışı verilere dayanılarak hesaplanan finansal oranlar,
- c) Endüstri finansal oranları veya standart oranları.

Firma içi finansal oranlar, firmaya ait finansal tablolarda yer alan verilere dayanılarak hesaplanır. Başka bir ifadeyle bu oranlar, finansal tablolarda yer alan kalemler arasında çeşitli açılardan oransal bağlantılar kurulmak suretiyle hesaplanmaktadır. Örneğin dönen varlıklarla kısa vadeli borçların karşılaştırılması. Firma dışı verilere dayanılarak hesaplanan finansal oranlar, firmanın finansal tablolarında yer alan verileri ile bu firma dışında elde edilen verilerin karşılaştırılması ve aralarındaki matematiksel ilişkilerin kurulması suretiyle hesaplanır. Örneğin, borsaya kote olmuş firmalarda, bu firmaların borsada oluşmuş fiyatları ile finansal tablolarına ait çeşitli kalemler arasında matematiksel ilişkilerin kurulması. Endüstri finansal oranları ise, tamamen firma dışında hesaplanan ve firmanın finansal tablolarında yer alan kalemler ile direkt ilişkisi bulunmayan oranlardır. Bu oranlar endüstri için bir bütün olarak geliştirilmekte ve endüstri dalında faaliyette bulunan çok sayıdaki firmanın finansal oranlarının ortalamasına göre hesaplanmaktadır. Standart oranlar, ya da meslek oranları olarak adlandırılan bu oranları daha çok ilgili meslek kuruluşları veya kamu kuruluşları hesaplamaktadır.

Oran analizinden gerektiği gibi yararlanılabilmesi için hesaplanan oranların iyi bir biçimde yorumlanması ve yorumlarda bazı ölçülerden yararlanılması gerekir. Yorumlama yapılırken dikkat edilmesi gereken ölçü ve standartlar şunlardır(Çabuk ve Lazol, 2004: 189):

- a) Analizi yapan kişinin kendi şahsî tecrübe ve gözlemleriyle oluşturduğu yargı yeteneği,
- b) Firmanın geçmiş faaliyet dönemleriyle ilgili olarak hesaplanmış oranlar,

- c) Rakip ve başarılı firmaların oranları,
- d) Bütçelenmiş bilgilere dayanılarak hesaplanan oranlar,
- e) Firmanın faaliyette bulunduğu endüstriye ait oran veya standartlar,
- f) Genel Standartlar.

Her endüstrinin kendine has özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler finansal durum ve faaliyet sonuçları arasındaki ilişkileri belirler. Bundan dolayı, belli bir endüstrideki firmanın başarısını (performansını) ölçmede, bu endüstriye ait standart oranlarla karşılaştırma yapmak en anlamlı sonucu verecektir(Çabuk ve Lazol, 2004: 189).

Oran analizi yapılırken özellikle göz önünde bulundurulması gereken hususlar şunlardır(Usta, 2005: 81):

- a) Az sayıda, ancak firmanın durumunu belirleyecek oranların hesaplanmasına özen gösterilmelidir.
- b) Oranların hatalı yorumlanmasından kaçınılmalıdır, yorumda belirsizlik varsa o oran kullanılmamalıdır.
- c) Mevsimlik ve dönemsel hareketlerin bilanço değerleri ve oranlar üzerindeki etkileri dikkate alınmalıdır.
- d) Oranlar yorumlanırken işletme ile ilgili çeşitli kaynaklardan yararlanılmalıdır.
- e) Yorumlarda fiyatlar genel seviyesinin etkileri dikkate alınmalıdır.
- f) Aynı endüstride faaliyet gösteren firmaların aynı türdeki oranları ile karşılaştırmalar yapılmalı; ancak karşılaştırma yapılırken, firmaların tam olarak birbirine benzemeyecekleri de dikkate alınmalıdır.

Günümüzde, ticarî bankaların kredi kullanan müşterilerinden, ara ve dönem sonu finansal tabloları ile diğer finansal bilgileri talep etmemeleri, oran analizinin önemini arttırmıştır. Bununla birlikte, diğer finansal analiz tekniklerine göre oran analizinin önem kazanmasının en önemli nedenlerini şöyle sıralamak mümkündür(Ceylan, 2003: 40):

- a) Oran analizi, banka yöneticilerinin hızlı karar vermelerinde önemli bir rol oynamaktadır.

- b) Firma dışındaki kişiler açısından oranların ifade ettiği anlam, mutlak rakamlara göre daha faydalı ve karar vermeye daha elverişlidir.
- c) Oranlar, firmaların büyüklük ve benzeri özelliklerini belli ölçülerde ortadan kaldırdığından, firmalar arası karşılaştırmalara imkân sağlarlar.

Oran analizi, firmaların finansal performanslarının ölçülmesinde oldukça önemli bir araç olmakla birlikte, bu analizin iyi bir biçimde uygulanmasını zorlaştıran bazı kısıtlar da söz konusudur. Bu kısıtlar şöyle sıralanabilir(Yükçü ve diğ., 1999: 384):

- a) Firma ile ilgili veriler bir bütün oluşturmadıkça oran analizinde kullanılmaz,
- b) Muhasebe tekniğinde bir örnekliğin olmaması firmalar arası karşılaştırma imkânını ortadan kaldırmaktadır,
- c) Fiyatlar genel seviyesindeki değişmeler karşılaştırılabilir oran analizi sonuçlarını etkilemektedir,
- d) Oran analizleri, firmaların geçmiş faaliyetlerini yansıtan finansal tablolara uygulanmaktadır,
- e) Oranlar, firmaya ait finansal tabloların kalemleri arasındaki ilişkiyi göstermekle birlikte bu ilişkinin nedenlerini açıklamamaktadır.

2.1.2. Oran Analizinde Kullanılan Oranların Sınıflandırılması

Finans yöneticileri, firmanın likidite durumu, sermaye yapısı, varlıkların kullanılmasında etkinlik, kârlılık gibi firmanın her yönüyle ilgili olduklarından, analiz yaparken değişik soruları cevaplayacak çeşitli oranlar kullanmaktadırlar. Analizde kullanılan oranlar, farklı şekillerde ayrıma tâbi tutulmaktadır. Oranlarla ilgili olarak, tüm yazar ve uygulamacıların benimsediği bir sınıflandırma bulunmamaktadır. Ancak, oranların cevapladıkları temel sorulara göre şu şekilde sınıflandırılması uygun görülmektedir(Akgüç, 1998: 22):

- a) Firmanın likidite durumunun analizinde kullanılan oranlar,
- b) Finansal yapı ile ilgili oranlar,
- c) Çalışma durumunun analizinde kullanılan oranlar,
- d) Kârın ölçülmesinde ve değerlendirilmesinde kullanılan oranlar.

Çizelge-39 'da X firmasına ait 2003-2004 yılı dönem sonu bilânçoları ve Çizelge-40 'da X firmasına ait 2003-2004 yılı gelir tabloları sunulmaktadır.

Çizelge-39.X Firması 2003-2004 Yıllarına Ait Dönem Sonu Bilânçoları(YTL)

BİLÂNÇO KALEMLERİ	2003	2004
AKTİFLER(VARLIKLAR)		
I-DÖNEN VARLIKLAR	4550	4440
A.Hazır Değerler	1050	1000
B.Menkul Kıymetler	800	1000
C. Ticarî Alacaklar	1300	900
D. Stoklar	1200	1440
E. Diğer Dönen Varlıklar	200	100
II-DURAN VARLIKLAR	5400	5460
A.Mali Duran Varlıklar	1800	2320
B. Maddi Duran Varlıklar	3440	3020
C.Maddi Olm.Duran Varlıklar	160	120
AKTİF TOPLAMI	9950	9900
PASİFLER(KAYNAKLAR)		
III-KISA VADELİ BORÇLAR	3350	2700
A. Ticarî Borçlar	3350	2700
IV-UZUN VADELİ BORÇLAR	2200	2000
A. Mali Borçlar	2200	2000
V-ÖZKAYNAKLAR	4400	5200
A.Ödenmiş Sermaye	2000	2000
B. Kâr Yedekleri	1100	1800
C..Dönem Net Kârı veya Zararı	1300	1400
PASİF TOPLAMI	9950	9900

Çizelge-40. X Firması 2003-2004 Yıllarına Ait Dönem Sonu Gelir Tabloları(YTL)

GELİR TABLOSU KALEMLERİ	2003	2004
A.Brüt Satışlar	10400	12250
B. Satış İndirimleri(-)	400	250
NET SATIŞLAR	10000	12000
C.Satışların Maliyeti(-)	5800	6890
BRÜT SATIŞ KÂRI VEYA ZARARI	4200	5110
D. Faaliyet giderleri(-)	2500	2560
FAALİYET KÂRI VEYA ZARARI	1700	2550
E.Diğer Faal. Olağan gelir ve kârlar	1000	400
F. Diğer Faal. Olağan Gider ve Zararlar(-)	100	150
G. Finansman Giderleri(-)	100	150
OLAĞAN KÂR VEYA ZARAR	2500	2650
H.Olağandışı gelirler ve Kârlar	0	0
I. Olağan dışı giderler ve zararlar(-)	0	0
DÖNEM KÂRI VEYA ZARARI	2500	2550
K-Dönem Kârı Vergi ve Diğ. Yas.Yük.Karş.(-)	1200	1250
DÖNEM NET KÂRI VEYA ZARARI	1300	1400

Çalışmanın bundan sonraki kısmında, analizde kullanılacak oranlar anlatılırken, bir örnek olması açısından Çizelge-39 'da ve Çizelge-40'da sunulan X Firmasına ait 2004 yılı dönem sonu bilânço ve gelir tablosu kullanılacaktır.

2.1.2.1.Firmanın Likidite Durumunun Analizinde Kullanılan Oranlar(Likidite Oranları)

Likidite oranları, firmanın kısa süreli borçlarını ödeme gücünü ölçmek için ve dönen varlıklar adı da verilen işletme sermayesinin yeterli olup olmadığını belirleyebilmek için kullanılır. Hem firma yöneticileri hem de firmaya borç verenler açısından, firma borç ödeme kapasitesinin bilinmesi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle firmanın dönen varlıkları ile kısa süreli borçları arasında bir ilişki kurularak,

firmanın kısa süreli borçlarını ödeyebilme kapasitesi belirlenmeye çalışılır(Özdemir, 1999: 29).

Firma ile ilgili gruplar, özellikle firmadan alacakları olanlar, yöneticiler ve firmaya kısa vadeli(mevsimlik) kredi verecek olan bankalar, likidite oranlarını kullanarak “firmanın kısa vadeli borçlarını, vadesi geldiği zaman dönen varlıkları ile derhal ödeyebilecek midir?” sorusuna cevap bulmaya çalışmaktadır. Dönen varlık kalemi, firmanın normal faaliyetleri sonucu kısa vadede paraya çevirebileceği değerlerdir. Bundan dolayı kısa vadeli borçların ödenmesinde kullanılacak olan fon miktarı bu unsurlardan oluşacaktır. Bu nedenle, kısa vadeli borç ödeme gücünün ölçülmesinde, dönen varlık kalemleri ile kısa vadeli borçlar arasındaki oransal ilişkilerin incelenmesi gerekmektedir(Akdoğan ve Tenker; 2005:610).

Temel likidite oranlarını şu üç başlık altında incelemek mümkündür(Ercan ve Bon, 2005:37):

- a) Cari Oran,
- b) Asit-Test Oranı,
- c) Nakit Oranı.

2.1.2.1.1. Cari Oran

Cari oran, dönen varlıkların yani, kısa süreli yükümlülüklerini karşılamakta kullanabileceği iktisadî değerlerin kısa süreli yabancı kaynaklara bölünmesiyle hesaplanmaktadır (Akgüç, 1998:23). Başka bir ifadeyle bir yıl içerisinde paraya çevrilebilecek olan varlıkların, yine bir yıl içerisinde ödenecek borçlara oranıdır(Aksoy, 1993: 150).

Cari oran, şu şekilde formüle edilebilir(Ercan ve Bon, 2005: 39):

$$\text{Cari Oran} = \frac{\text{Dönen Varlıklar}}{\text{Kısa Vadeli Borçlar}}$$

Cari oran, firmanın genel likidite durumunu yansıtarak firmanın net çalışma sermayesinin yeterli olup olmadığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle orana “çalışma

sermayesi oranı” da denmektedir. Oranın payında yer alan dönen varlıklar toplamı, şüpheli alacaklar karşılığı, stok değer düşüklüğü karşılığı gibi aktif düzenleyici hesapların toplamlarının düşülmesinden sonraki tutarı yansıtmaktadır(Akdoğan ve Tenker, 2005: 611).

Cari oranın hesaplanmasındaki amaç, firmanın kısa süreli borçlarını ödeme gücünü ölçmek ve net işletme sermayesinin yeterli olup olmadığını belirleyebilmektir. Bu anlamda oldukça iyi bir ölçü olarak kabul edilmektedir. Batı bankaları tarafından, deneyimler sonucu, bu oranın 2 olmasının yeterli olduğu belirlenmiştir. Ancak, bu çok genel bir kuraldır. Çünkü, bazı endüstrilerde 2 düzeyinin üstünde bir cari oran yetersiz kabul edilirken bazı endüstrilerde cari oranın 2 düzeyinin altında olması yeterli kabul edilmektedir(Akgüç, 1998: 24-25).

Gelişmekte olan ülkelerde likiditenin çok yüksek olmaması ve ticaret bankalarının genellikle kısa süreli krediler verme eğiliminde bulunması, bankalar dışında diğer finansman kurumlarının gelişmemiş olması, sermaye piyasasının etkin bir biçimde işlememesi, gerçek sermaye şirketlerinin sınırlı sayıda azlığı gibi kurumsal yetersizlikler nedeniyle, firmalar daha çok kısa süreli yabancı kaynak kullanmak zorunda kaldıklarından, cari oranın bu ülkelerde 1,5 civarında olmasının yeterli olduğunu söylemek mümkündür(Akgüç, 1998: 25).

Cari oranın belirlenen standartların çok altında çıkması, firma ile ilgili şu durumları göstermektedir(Usta, 2005: 84):

- a) Duran varlıkların kısa vadeli borçlarla karşılandığını,
- b) Kısa vadeli borçlarını zamanında ödeyemeyeceğini,
- c) Yeterli bir işletme sermayesine sahip olmadığını ve bu nedenle duran varlıklarını yüksek kapasite ile çalıştıramayacağını,
- d) Yıllık net satışlar ile işletme sermayesi arasındaki standart orandan uzaklaşmış olduğunu ve böylece kâra geçebilecek bir satış hacmi için gerekli stokları sağlayamayacağını,
- e) Alacaklarının baskısı altında kalacağını,
- f) Yönetimin başkalarına geçmesi ihtimalinin arttığını,
- g) Kredili satış imkânlarının ortadan kalktığını ve böylece satışlarını arttırma gücünün azaldığını,

- h) Finansal yapısını özsermaye artışı veya uzun vadeli finansman kaynakları ile güçlendirmesi gerektiğini,
- i) Kısa vadeli kredi bulma imkânlarının zorlaşacağını,
Cari oranın belirlenen standartların çok üstünde çıkması, firma ile ilgili şu durumları göstermektedir(Usta, 2005: 84-85):
 - a) Firmada kullanılmayan bir nakit varlığın bulunduğunu,
 - b) Çok fazla miktarda menkul kıymet satın alınmış olduğunu,
 - c) Stoklarda fazlalık bulunduğunu,
 - d) Alacak hesaplarının fazlaştığını, alacakların tahsilinde problemler bulunduğunu,
 - e) Kredili satışların arttığını,
 - f) Kredili alışların güçleştiğini.

Cari oran oldukça geniş kapsamlı bir rasyo olup, firmanın likiditesini şu nedenlerden ötürü her zaman doğru yansıtmayabilir(Usta, 2005: 85):

- a) Moda, yeni ürünler ve yeni hammaddelerin çıkması gibi sebeplerle, mamul stokların satılmaması veya zararına satılması gibi sonuçlar doğabilir,
- b) Bu oranın standartların çok üstünde olması, satışların mevsimlik olduğu firmalarda, eğer satışların başlamadığı bir dönemde hesaplanmışsa, özellikle borçların vadesi de gelmek üzere ise yanıltıcı olabilir,
- c) Uzun yıllar faaliyet gösteren ve yönetimi iyi olan bir firma için yeterli kabul edilen bir cari oran yeni kurulmuş olan, sağlam yönetim kurallarına dayanmayan ve hızla genişleyen bir firma için zayıf bir likidite anlamına gelebilir,
- d) Kısa vadeli borçlar ve alacaklar kalemleri, bir yılı aşmayan, ancak vadesi birbirinden çok farklı olan alacak ve borçları kapsadığından gerçek likidite tam olarak tespit edilemeyebilir,
- e) Kısa vadeli satışlar yapan ve stoklarını çabuk eriten bir firma için cari oranın standartların altında olması, zayıf bir likidite anlamına gelmez. Çünkü, hızla eriyen stokların yarattığı nakit ve alacaklar kısa vadeli borçları kolayca karşılayabilir.

Bir firmanın cari oranının yeterli olup olmadığı çeşitli faktörlere bağlıdır. Bundan dolayı, analizlerde cari oranın yeterliliği hususunda bir sonuca varmak için şu faktörlerin göz önünde bulundurulması gerekir(Akgüç, 1998: 25-26; Ceylan, 2003: 43):

- a) Firmanın faaliyette bulunduğu endüstri kolu,
- b) Dönen varlıkların yapısı ve dağılımı,
- c) Dönen varlıkların gerçek değeri,
- d) Firmanın satın alma ve satış koşulları,
- e) Stok devir hızı,
- f) Alacak devir hızı,
- g) Ticarî alacakların senetli ve senetsiz olarak dağılımı,
- h) Kısa vadeli yabancı kaynakların vadeler itibarıyla dağılımı,
- i) Firmanın borçlarını konsolide etme, erteleme ve yenileme imkânı,
- j) Mevsimlik hareketlerin cari oran üzerindeki etkisi,
- k) Firmanın satış yaptığı piyasadaki rekabet koşulları,
- l) Firmanın dönen varlıkları, kısa süreli yabancı kaynakları ve cari oranın son yıllarda göstermiş olduğu eğilim,
- m) Firmanın gerektiği zaman borçlanarak likidite sağlayabilme imkânı,
- n) Firmanın satışlarının yıl içindeki dağılımının düzenli olup olmaması, yani risk derecesi.

Çizelge 39'da yer alan X Firmasına ait 2004 yılı bilanço kalemleri incelendiğinde,

$$\text{Cari Oran} = \frac{4440 \text{ YTL}}{2700 \text{ YTL}} = 1,64$$

olduğu görülmektedir. Türkiye standartlarında cari oranın iyi olduğu, firmanın borçlarını zamanında ödeyebileceğini ve yeterli bir işletme sermayesine sahip olduğunu söylemek mümkündür.

2.1.2.1.2. Asit-Test Oranı (Likidite Oranı)

Likidite durumunun ölçülmesinde kullanılan rasyolardan biri de Asit-Test Oranıdır. Bu oran, cari oranı tamamlayarak onu daha anlamlı hale getirmektedir. Asit-Test oranı, işletmenin 1 YTL için süratle paraya çevrilebilecek ne kadarlık bir likit dönen varlığı olduğunu gösterir. Dönen varlıklar arasında yer alan stoklar kaleminin paraya çevrilmesi, stok devir hızına bağlı olmakla birlikte genelde diğer dönen varlık unsurlarına göre paraya çevrilmesi daha uzun bir süreyi gerektirmektedir. Bu nedenle, firmanın likidite durumunun analizinde stok kaleminin dönen varlık toplamından çıkarılması uygun görülmektedir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 613).

Asit-test oranı şu şekilde formüle edilebilir(Özdemir, 1999: 30):

$$\text{Asit - Test Oranı} = \frac{\text{Dönen Varlıklar} - \text{Stoklar}}{\text{Kısa Vadeli Borçlar}}$$

Ancak, işletmenin stokları yanında süratle paraya çeviremeyeceği başka varlıkları da olabilir. Bu durumda oranın payında bulunan tutar daha da küçülecektir. Yani dönen varlıklar tutarından stoklar yanında diğer uzun sürede paraya çevrilebilir varlıklar da düşülecektir. Sonuçta işletmenin dikkate alması gereken varlıklar; hazır değerler, menkul kıymetler ve kısa vadeli alacaklar kalemler olacaktır. Bu durumda, asit-test oranı şu şekilde formüle edilebilir(Yükçü ve diğ., 1999: 387-388).

$$\text{Asit - Test Oranı} = \frac{\text{Hazır Değerler} + \text{Menkul Kıymetler} + \text{Kısa Vadeli Alacaklar}}{\text{Kısa Vadeli Borçlar}}$$

Eğer, dönen varlıklardan sadece stokların düşülmesi durumu sözkonusu ise, gelecek aylara ait giderler, verilen sipariş avansları akreditif kalemlerinin çıkarılması

gerekir. Bununla beraber, kısa vadeli borçlar içinde yer alan gelecek aylara ait gelirler kaleminin de düşülmesi gerekmektedir(Yükçü ve Diğ., 1999: 388).

Asit-Test oranının, genel olarak 1 olması yeterli görülmektedir. Bu oranın 1 olması, firmanın kısa vadeli borçlarının tamamını nakit ve süratle paraya çevrilebilir değerlerle karşılayabileceğini gösterir. Ancak, oranın 1' den küçük veya 1 e eşit olması her zaman firmanın likidite durumunun kötü veya iyi olduğunun bir göstergesi değildir. Likidite oranı 1' den büyük olmasına rağmen, firma alacaklarını tahsil etmekte güçlük çekiyorsa, bu durumun göz önünde bulundurulması ve hemen olumlu bir sonuca varılması gerekir. Yine, asit-test oranı 1'den küçük olan bir firmada stok devir hızı yüksekse, oranın 1' den küçük olmasını olumsuz olarak yorumlamamak gerekmektedir. Yani, genel olarak likidite oranlarının değerlendirilmesinde stok devir hızı, alacakların tahsil süresi ve stoklara olan bağımlılığın ve diğer faktörlerin de göz önünde bulundurulması uygun olur(Akdoğan ve Tenker, 2005: 614).

Türkiye' de firmalar, finansman sağlamada genellikle kısa vadeli kaynakları kullandıkları için, likidite oranları Batı ölçülerine göre daha düşüktür. Türkiye koşullarında firmaların asit-test oranının yüzde 65 ile yüzde 80 arasında olması normal karşılanmaktadır(Akgüç, 1998: 29; Özdemir, 1999: 30).

Çizelge-39' da yer alan X firması dönem sonu bilânçosu incelendiğinde,

$$\text{Asit - Test Oranı} = \frac{4440 - 1440 \text{ YTL}}{2700 \text{ YTL}} = 1,11$$

olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, stoklar göz ardı edilse dahi, X firması kolaylıkla borçlarını ödeyebilecek güce sahiptir.

2.1.2.1.3. Nakit Oranı (Disponibilite Oranı)

Nakit oranı, para ve para benzeri dönen varlık kalemlerinin kısa vadeli borçlara bölünmesi suretiyle hesaplanır. Bu oran, firmanın elindeki mevcut hazır

değerler ile kısa vadeli borçların ne ölçüde karşılanabileceğini gösterir. Diğer likidite oranlarına göre daha hassas bir orandır. Bu oran, firmanın satışlarının durması ve alacaklarının da tahsil edilmemesi durumunda, firmanın kısa vadeli borçlarının ne kadarlık kısmını karşılayabileceğini gösterir(Çabuk ve Lazol, 2004: 195-196).

Nakit oranı, şu şekilde formüle edilebilir(Ercan ve Bon, 2005: 40):

$$\text{Nakit Oranı} = \frac{\text{Hazır Değerler} + \text{Pazarlanabilir Menkul Kıymetler}}{\text{Kısa Vadeli Borçlar}}$$

Formülde, pazarlanabilir menkul kıymetler adı altında yer alan hisse senetleri ve tahvillerin net değeri ile yer alması gerekmektedir. Zira, dönen varlıklar toplamına dahil olan bu net değerdir(Özdemir, 1999: 30).

Genel kural olarak, nakit oranının yüzde 20' nin altına düşmemesi arzu edilmektedir. Bu oranın yüzde 20' nin altına düşmesi halinde; firmanın parasal durumunun sıkıştığı ve firmanın yeni krediler bulma zorunluluğu içerisine girebileceği anlaşılır. Ancak oranın büyük olması da, arzu edilmez. Çünkü bu durum firmada sürekli nakit fazlasının olmadığı ve paranın iyi kullanılmayıp hareketsiz bırakıldığının bir göstergesidir. Böyle bir durumda da, firmanın para kazanma gücü azalarak, gelir düşüklüğüne neden olur. Bundan dolayı, elde bulundurulacak nakit mevcudunun iyi ayarlanması gerekmektedir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 615).

Çizelge-39'da yer alan X firmasına ait dönem sonu bilânçoları incelendiğinde,

$$\text{Nakit Oranı} = \frac{1000 + 1000 \text{ YTL}}{2700 \text{ YTL}} = 0,74$$

olduğu görülmektedir. X firması borçları ödeme hususunda ve işletme sermayesi açısından yeterli nakde sahiptir. Ancak, firma haddinden fazla nakit ve benzeri varlık tutmaktadır. Bunlardan fazla olan kısmın bir an önce yatırımlara kaydırılması gerekmektedir.

2.1.2.2. Finansal Yapı İle İlgili Oranlar(Kaldıraç Oranları)

Firmanın kaynak yapısının ve uzun vadeli borç ödeme gücünün ölçülmesinde finansal yapı ile ilgili oranlardan yararlanır. Başka bir deyişle, öz sermayesinin yeterli olup olmadığı, kaynak yapısı içinde borç ve öz sermayenin dengesi ve özkaynak olarak sağlanan fonların hangi tür dönen varlık ya da duran varlıklara kullanıldığıнын ölçülmesinde kullanılan oranlardır. Firmanın hem uzun vadeli borçlarının ana para ve faizlerinin ödenip ödenmeyeceğinin analizinde hem de kaynaklardan yararlanma derecesinin belirlenmesinde bu oranlardan faydalanılmaktadır. Firmanın sağlamlık derecesi hakkında tam bir yargıya varılabilmesi için, kaynak yapısının ve sermaye yeterliliğinin analizi gerekmektedir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 618).

Finansal yapı oranları firmanın ne ölçüde borçla finanse edildiğini ve borçla finansmanın firma için ne kadar yararlı olduğunu ölçmeye yardımcı olur(Ceylan, 2001: 46).

Firmanın ne ölçüde borçla finanse edildiğinin veya finansal kaldıraçın üç önemli yönü bulunmaktadır. Bu yönler şu şekilde belirtmek mümkündür(Brigham, 1999: 273):

- a) Firmanın sahipleri borçlanma yoluyla finansman sağlayarak sınırlı bir sermaye ile firmayı kontrol altında tutabilirler,
- b) Borç verenler, öz kaynakları veya firmanın sahiplerinin sağladığı fonları bir güvence olarak görürler. Eğer, firma sahipleri toplam sermayenin sadece küçük bir bölümünü sağlıyorsa, özellikle borç verenler açısından firmanın riski doğar,
- c) Eğer firma borçlanarak finanse ettiği yatırımlardan, ödediği faiz tutarından daha fazla kazanç elde ederse, firma sahiplerinin sermayesi büyür veya kaldıraç sağlanmış olur.

Finansal yapı analizinde kullanılan oranlar, firmanın faaliyetleri sonucunda zarar etmesi, varlıklarının değerinin düşmesi veya gelecek yıllarda tahmin edilen tutarlarda fon yaratılamaması halinde, uzun vadeli yükümlülüklerini yerine getirip getiremeyeceği konusunda fikir verir(Akgüç, 1994: 30).

Finansal yapı oranları konusunda standartlar vermek oldukça zordur. Ancak, alınan borçların faizlerinin ödenmemesi halinde alacaklılar, firmanın iflasını isteyebilir. Bundan dolayı, yüksek bir borç oranı, firma için hem kârlı hem de risklidir.

Önemli bazı finansal yapı oranları şunlardır(Kolb ve Rodriguez, 1996: 36):

- a) Toplam Borçların Aktiflere Oranı,
- b) Toplam Borçların Özsermayeye Oranı,
- c) Faiz Karşılama Oranı.

2.1.2.2.1. Toplam Borçların Aktiflere Oranı

Toplam borçların aktiflere oranı, firmanın toplam yatırımının ne kadarlık kısmının borçlarla finanse edildiğini gösterir(Gönenli, 1985: 84).

Toplam borçları aktiflere oranının yüksek olması; firmanın spekülatif tarzda finanse edildiğini kredi verenler açısından emniyet marjının dar olduğunu, firmanın faiz ve anapara taksitlerini ödeyememe nedeniyle finansal yönden zor durumlara düşme ihtimalinin yüksek olduğunu gösterir. Diğer yandan, bu oranın yüksek oluşunun firma sahiplerine sağlayacağı bazı yararlar da bulunmaktadır. Toplam borçların aktiflere oranının yüksek olması halinde, firma sahipleri, az bir sermaye ile çok geniş kaynakların kullanımına egemen olacakları gibi, firmanın normal faaliyetinden sağladığı kâr oranının yabancı kaynak maliyetini aştığı durumlarda da, öz sermaye kârlılık oranını yükseltmek, yani finansal kaldıraç olumlu etkisinden yararlanma imkânı elde ederler(Akgüç, 1994: 30).

Toplam borçların aktiflere oranı şu şekilde formüle edilebilir(Levy, 1996: 770):

$$\text{Toplam Borçların Aktiflere Oranı} = \frac{\text{Toplam Borçlar}}{\text{Toplam Varlıklar}}$$

ABD' de toplam borçların aktiflere oranının yüzde 50' nin üzerine çıkması, genellikle bir tehlike işareti olarak yorumlanır. Ancak, Türkiye gibi gelişmekte olan

ülkelerde özkaynak sağlanmasında yaşanan kurumsal güçlükler nedeniyle bu oranın yüzde 50' nin üzerine çıkması normal karşılanmaktadır. Bununla birlikte Türkiye' de borçlanma maliyetinin yüksekliği ve faiz oranlarındaki dalgalanmalar nedeniyle finansal kaldıracın olumsuz çalışma riskinin unutulmaması gerekir(Ceylan, 2001: 47).

Toplam borçların aktiflere oranının değerlendirilmesinde şu faktörlerin de göz önüne alınması gerekmektedir(Akgüç, 1994: 32):

- a) Firmanın satışlarının istikrarı,
- b) Firmanın ürettiği mallara ilişkin hammadde fiyatlarının kararlılığı,
- c) Firmanın ürettiği mal ve hizmetlerin demode olma ihtimali,
- d) Firmaya tekeli bir güç kazandıran teknolojik üstünlük ve sını hakların varlığı,
- e) Firmanın hammadde kaynaklarını ve mal piyasasını kontrol etme imkânı,
- f) Firmanın ürünlerinin geniş bir tüketici kitlesi tarafından benimsenmesi,
- g) Firmanın endüstriyel (işçi-işveren) ilişkileri,
- h) Firmanın yönetim kadrosunun yetenekleri,
- i) Firmanın likidite durumunun yeterli olup olmadığı,
- j) Firmanın varlıkların yapısı,
- k) Firmanın varlıklarını yeniden değerlemeye tâbi tutup tutmadığı.

Enflasyonist baskıların hâkim olduğu ve durgunluğun hüküm sürdüğü bir ekonomide, firmalar borçlanmayı daha çekici ve zorunlu bulduklarından, ekonominin böyle dönemlerinde toplam borçların aktiflere oranının yükseldiği görülmektedir(Akgüç, 1994: 32).

Çizelge-39' da sunulan X firmasına ait dönem sonu bilançoları incelendiğinde,

$$\text{Toplam Borçların Aktiflere Oranı} = \frac{2700 + 2000 \text{ YTL}}{9900 \text{ YTL}} = 0,47$$

olduğu görülmektedir. Elde edilen oran, standartlara uygundur. Dolayısıyla, firmanın sermaye yapısı dengelidir. Riski düşüktür.

2.1.2.2.2. Toplam Borçların Özsermayeye Oranı

Borçlanma katsayısı olarak da adlandırılan bu oran, firmanın borçlar toplamının özsermayesine bölünmesi ile hesaplanır ve Şu Şekilde formüle edilir (Gökçek, 1996: 299):

$$\text{Toplam Borçların Özsermayeye Oranı} = \frac{\text{Toplam Borçlar}}{\text{Özsermaye}}$$

Toplam borçlarla özsermaye arasındaki ilişkiyi belirleyen bu oran, hem kısa hem de uzun vadeli analizde önemli bir yer tutmaktadır. Firmaya kredi verenler bu oranın düşük olmasını, firmanın ortakları ise, yüksek olmasını tercih ederler(Ceylan, 2001: 48).

Toplam borçların özsermayeye oranı, firmanın büyümesinin nasıl finanse edildiğini ve firmayı kimlerin finanse ettiğini gösterir(Ceylan, 2001: 48).

Batı lkelerinde, toplam borçların özsermayeye oranının orta büyüklükteki sına işletmeler için 1' i aŐmaması gerektiği genel bir kural olarak kabul edilmektedir. Bu oranın 1' den büyük olması, firmaya kredi verenlerin firmanın ortaklarına kıyasla o firmaya daha fazla yatırımda bulunmuŐ olduklarını ortaya koyar. Bu oranın yüksekliği, firmanın ağır bir faiz yükü altında bulunduğunun, alacaklılar için emniyet marjının düşük olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilir. Toplam borçların özsermayeye oranı yüksek olan bir firma, ürettiği malların ve hizmetlerin fiyatlarında ani bir düşüş olması halinde, ya da satışlarının duraklama gösterdiği dönemlerde sermayesinin tamamını kaybedebileceği gibi, borçlarını vadesinde ödeyememe durumuna da düŐebilir(Akgüç, 1994: 34).

Toplam borçların özsermayeye oranı değerlendirilirken, işletmenin satışlarının istikrarlı olup olmadığı, sektördeki rekabet durumu, varlıkların likiditesi, alacak devir hızı, üretim maliyetinde dalgalanmaların yaŐanması ihtimali gibi

faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir. Ayrıca, nakit girişleri düzenli ve nakit girişlerinde tahminlere göre daha az sapma olan firmalar daha yüksek bir “toplam borçlar/ özsermaye” oranı ile faaliyetlerini sürdürebilirler(Ceylan, 2001: 48).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde özsermaye sağlanmasında önemli kurumsal güçlükler bulunması nedeniyle, ülkemizde bu oranın 2’ ye kadar çıkması normal karşılanabilir(Akgüç, 1994: 35).

Toplam borçların özsermayeye oranının alacaklılar yönünden 1 veya 1’ in altında olması arzu edilir. Çünkü, bu oran belirtilen düzeyde olduğu sürece özsermaye alacaklılar için bir güvence teşkil eder. Bu durum firmanın tavsiye edilmesi halinde, özsermayenin toplam borçları karşılayacak büyüklükte olduğunu gösterir. Hatta, bu oranın 1’in altında olması, firmaya yeni kredi verecek olanlar için de bir güvenceyi ifade eder(Erdoğan, 1997: 314-315).

Toplam borçların özsermayeye oranı, 1’ in üstünde olduğunda, alacaklıların şirket varlıkları üzerinde, ortaklardan daha fazla hak sahibi olduğu bir durum söz konusudur. Böyle bir durumda, borçlanmanın neden olduğu faiz giderleri ortaklar için sürekli ve sabit bir yük olmaya başlayabilir. Yönetici ve ortaklar açısından önemli olan, yabancı kaynaklardan yararlanmanın işletme kârını arttırıcı olmasıdır. Bundan dolayı, borçlanılan fonların kazanç oranının, borçlanma faiz oranından büyük olacağı bir noktada (işletme kârını arttırıcı nokta) tutmak gerekmektedir. Toplam borçların özsermayeye oranının, 1’ in üzerinde olması, alacaklıların e firmaya yeni kredi vereceklerin güven sınırı içerisinde olmadıklarını gösterir. Ayrıca, bu durum, firmaya yeni kredi verecek olanların, teminat olarak ipotek istemelerine ve borçlanmanın daha maliyetli olmasına neden olur(Erdoğan, 1997: 315).

Çizelge-39’ da yer alan X firmasına ait dönem sonu bilânçosu incelendiğinde,

$$\text{Toplam Borçların Özsermayeye Oranı} = \frac{2700 + 2000 \text{ YTL}}{5200 \text{ YTL}} = 0,90$$

olduğu görülmektedir. Oran, arzu edilen düzeydedir. Dolayısıyla, özsermaye alacaklılar için bir güvence teşkil etmektedir.

2.1.2.2.3. Faiz Karşılama Oranı

Firmaların borçları için ödediği faiz ve komisyon giderleri ile elde ettiği kârlar arasındaki ilişki, özellikle uzun vadeli analizler açısından önemlidir. Güvenilir bir firma, faiz ödemelerinin çok üstünde kâr etmelidir. Bundan dolayı, faiz ve vergiden önceki kârın faiz ödemelerini karşılama oranının hesaplanması büyük önem arz etmektedir(Ceylan, 2001: 49).

Faiz karşılama oranı, faiz giderlerinden önceki kârın faiz giderlerine bölünmesi ile elde edilir ve şu şekilde formüle edilebilir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 646):

$$\text{Faiz Karşılama Oranı} = \frac{\text{Vergiden Önceki Kâr} + \text{Faiz Giderleri}}{\text{Faiz Giderleri}}$$

Bu oran, firmanın ödemek zorunda olduğu faizleri kaç kez kazandığını göstermektedir. Firmanın yıllık faiz yükünü kolaylıkla karşılayıp karşılayamadığının belirlenmesinde bu orandan yararlanır. Firmanın faiz giderlerini karşılayamaması, firmayı finansal açıdan zor durumda bırakarak iflâs etmesine dahi neden olabilir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 646).

Batı ülkelerinde faiz karşılama oranının 8 veya 7 olması yeterli olarak kabul edilmektedir(Akgüç, 1994: 74).

Çizelge-40' da yer alan X firmasına ait gelir tablosu incelendiğinde,

$$\text{Faiz Karşılama Oranı} = \frac{2650 + 150 \text{ YTL}}{150 \text{ YTL}} = 18,7$$

olduğu görülmektedir. Bu oran standartların çok üzerindedir. Dolayısıyla, firma faiz ödemelerini hiçbir zorluk çekmeden kolaylıkla ödeyebilir.

2.1.2.3. Çalışma Durumunun Analizinde Kullanılan Oranlar(Faaliyet Oranları)

Firmanın çalışma durumunun analizinde, firmanın faaliyetlerinde kullanılan varlıkların etkin ve verimli bir biçimde kullanılıp kullanılmadığı ölçülmektedir. Varlıkların kullanımları sırasındaki etkinlik derecelerini gösteren bu oranlara faaliyet oranları, verimlilik oranları veya devir hızı oranları da denilmektedir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 624).

Bu tür oranlara, “aktif yönetimi rasyoları” da denir. Bu oranlar, “bilânçoda gösterilen her varlık türünün miktarı bugünkü ve gelecekteki tahmin edilen faaliyet düzeyleri bakımından yeterli midir?” , “yoksa çok yüksek veya çok düşük müdür?” gibi sorulara cevap bulmak için hesaplanır.

Bu grupta yer alan bazı önemli oranlar şunlardır(Akdoğan ve Tenker, 2005: 624):

- a) Alacak Devir Hızı,
- b) Stok Devir Hızı,
- c) Aktif (Varlık) Devir Hızı.

2.1.2.3.1. Alacak Devir Hızı

Alacak devir hızı veya alacakların paraya dönüşüm çabukluğu, alacakların tahsil kabiliyetini, likiditesini gösteren bir ölçüdür. Bir firmanın alacakları, uygun bir süre içinde alınabildiği takdirde, likiditesi yüksek değerler olarak kabul edilebilir. Bir iktisadî varlığın likiditesi yüksek bir değer olarak nitelendirilebilmesi için, ilgili varlığın bir değer kaybına uğramadan hızla paraya çevrilme imkânı olmalıdır(Akgüç, 1994: 43).

Alacaklar firmaların bilânçolarında önemli bir paya sahiptir. Bu nedenle alacaklara yapılacak olan yatırımın analiz edilmesi önemlidir(Ceylan, 2001: 51).

Alacak devir hızı, net satışların ticarî alacaklara bölünmesi ile hesaplanır ve aşağıdaki şekilde formüle edilebilir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 629):

$$\text{Alacakların Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ticarî Alacaklar}}$$

Bu oranda yer alan ticarî alacaklar, firmanın esas faaliyetinden doğan senetli ve senetsiz alacaklarını içermektedir. Ticarî alacaklar kredili satışlar sonucunu doğduğundan, alacak devir hızının belirlenmesinde kredi satışların esas alınması daha doğru sonuçlar verir. Ancak, kredili satışlar tutarının bilinmemesi durumunda, net satışlar tutarını esas almak doğru olacaktır(Akdoğan ve Tenker, 2005: 628).

Alacak devir hızının yüksek olması, firmanın alacaklarını tahsil kabiliyeti konusunda iyi bir gösterge olduğu gibi, firmanın etkin bir tahsilat politikası uygulamasının da bir sonucu olabilir. Alacak devir hızındaki artış, firmanın aynı düzeydeki bir iş hacmi için daha az finansmana ihtiyaç duyduğunun, başka bir ifade ile nisbeten daha az işletme sermayesinin alacaklara bağlandığının bir göstergesi olduğundan, firma lehine olumlu bir gelişme olarak yorumlanır(Ercan ve Bon, 2005:42).

Bir firmanın alacak devir hızının düşük olması şunların göstergesidir(Ercan ve Bon, 2005: 42):

- a) Firmanın alacaklarını tahsil etmede güçlüklerle karşılaşması,
- b) Rekabet gücünün zayıflaması,
- c) Etkili bir tahsilat politikasından yoksun olması,
- d) Firmanın bazı alacaklarının vadesinde tahsil edilemediği, bunların şüpheli alacak haline gelme ihtimalinin yüksek olması.

Alacak devir hızının zaman içinde artması, firma yönetiminin başarısı, azalması ise, başarısızlığı olarak değerlendirilir.

Bir firmanın alacak devir hızı hesaplanırken şu noktalara dikkat etmek gerekmektedir(Ceylan, 2001: 52):

- a) Firmanın ticarî alacakları, kredili satışlar sonucu doğduğundan, alacak devir hızı oranının payında kredili satışlar tutarının yer alması anlamlıdır. Ancak, firmanın kredili satışları tam olarak hesaplanamıyorsa, toplam satışlardan hareket edilerek alacak devir hızı hesaplanmalıdır,

- b) Alacak devir hızı oranının paydasında yer alan alacaklar, firmanın esas faaliyetinden doğan senetli ve senetsiz alacaklara toplamıdır. Firmanın arızı işlemlerinden doğan diğer alacakları, bu oranın paydasında yer almalıdır,
- c) Firmanın alacakları hesap dönemi içinde devamlı ve istikrarlı olarak artış göstermiş ise, dönem başı ve dönem sonu alacak tutarlarının ortalamasının alınması daha uygun olur,
- d) Firma mevsimlik faaliyetlerin etkisi altında ise, ticarî alacakların hesap dönemi içerisinde büyük dalgalanmalar göstermesi doğaldır. Firma faaliyetlerinin en canlı olduğu dönemde bilânçosunu düzenliyorsa, bu dönemde ticarî alacakları en yüksek düzeye ulaşacağından alacak devir hızı düşük çıkacaktır. Buna karşılık firma faaliyetlerinin en düşük düzeye indiği tarihlerde bilânço düzenliyorsa, alacaklarının önemli bir kısmı tahsil edilmiş olacağından, alacak devir hızı yüksek çıkacaktır. Bundan dolayı, alacak devir hızı hesaplanırken, payda da yer alan ticarî alacaklar yerine, belirli zamanlarda hesaplanmış ticarî alacakların aritmetik ortalamasına yer vermek daha doğru olur,
- e) Alacak devir hızı hesaplanırken, ilgili dönemdeki şüpheli veya değersiz hale gelmiş alacakların da payda da yer alması gerekir. Aksi takdirde, oranın paydasında yer alan rakam küçüleceğinden, firmanın alacaklarının paraya dönüşümünün hızlandığı şeklinde bir izlenim oluşabilir.

Bir yıl olarak kabul edilen 360 veya 365 günü, alacak devir hızına bölmek suretiyle bir firmanın ortalama tahsil süresi de hesaplanabilir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 629).

Çizelge-39' da yer alan X firmasına ait dönem sonu bilânçosu ve Çizelge-40' daki X firması dönem sonu gelir tablosu incelendiğinde,

$$\text{Alacak Devir Hızı} = \frac{12000 \text{ YTL}}{900 \text{ YTL}} = 13,33 \text{ kez}$$

ve

$$\text{Ortalama Tahsil Süresi} = \frac{360}{13,33} = 27 \text{ gün}$$

olduğu görülmektedir. Türkiye şartlarında, elde edilen oran iyidir. Ancak, daha sağlıklı bir analizin yapılabilmesi için sektör ortalamalarına bakmak gerekir.

2.1.2.3.2. Stok Devir Hızı

Stok devir hızı, bir firmada stokların ne kadar hızla satıldığı ve stokların likiditesi konusunda iyi bir göstergedir(Akgüç, 1994: 48).

Stok devir hızı, firmanın satılan malın maliyetinin ortalama stok mevcuduna bölünmesi ile hesaplanabilir ve şöyle formüle edilebilir(Aysan, 1963: 53):

$$\text{Stok Devir Hızı} = \frac{\text{Satılan Malın Maliyeti}}{\text{Ortalama Stok}}$$

Formülde yer alan ortalama stok, dönem başı stok mevcudu ile dönem sonu stok mevcudunun toplanarak elde edilen sonucun ikiye bölünmesi ile bulunabilir.

Stok devir hızı, stokların bir yıl içerisinde kaç kez satışlara dönüştüğünü gösterir. Genel olarak, yüksek stok devir hızı, işletmenin stok yönetiminin iyi olduğunu gösterir. Stok devir hızının yüksek olması, firmaya daha fazla kâr elde etme imkânı sağlar. Ancak, yüksek stok devir hızı elde çok az miktarda stok bulunduğunu ve sık sık stokların satışları, ya da üretimi karşılayamadığını da gösterebilir. Diğer yandan düşük bir stok devir hızı, mevcut stokların, modasının geçmiş, hasarlı, üretimde kullanılmayan mallardan meydana geldiğini gösterebilir(Ceylan, 2001: 55).

Bir firmanın stok devir hızının düşük olması şunlardan kaynaklanabilir (Akgüç, 1994: 50-51):

- a) Mal alışları veya üretimin, satış imkânlarına göre iyi ayarlanmaması, pazarlama ve üretim bölümleri arasında iyi bir koordinasyonun kurulamaması,
- b) Fiyatların yükseleceği beklentisi içinde spekülâtif amaçla stoklara aşırı yatırım yapılması,
- c) Çeşitli nedenlerle satış imkânı kalmamış veya azalmış malların maliyet bedeli ile stoklar arasına dahil edilmesi,
- d) Yıl sonu stok değerinin yüksek gösterilmesi,
- e) Üretimde kullanmak için çok çeşitli hammadde kullanmak durumunda olan firmalarda stok kontrolü yetersizliği,
- f) Tedarik güçlükleri ihtimaline karşı emniyet stokunun arttırılması.

Bir firmanın stok devir hızının yüksek olması ise, şu durumlardan kaynaklanabilir (Akgüç, 1994: 51):

- a) Mal alışları ve üretimin, satış imkânlarına göre iyi planlanması, firmanın iyi bir stok kontrol politikasının olması,
- b) Firmanın stoklarının kalitesinin ve sürüm kabiliyetinin yüksek olması,
- c) Yıl sonu stokunun ihtiyatlı bir şekilde düşük bir tutarla değerlendirilmesi,
- d) Tedarik güçlükleri nedeniyle satılan malların yerine yenilerinin konulamaması,
- e) Bilânço düzenlenirken stoklar arasında gösterilmesi gereken bazı kalemlerin bilânçonun diğer kalemlerine dahil edilmesi.

Stok devir hızının yeterli olup olmadığını belirlemede kullanılacak genel bir kural bulunmamaktadır. Stok devir hızı sektörden sektöre büyük değişimler gösterebilir. Bu nedenle, firmalar için geçmiş yıllara ait stok devir hızları bir ölçüt olarak kullanılabilir. Bununla beraber, aynı sektördeki benzer firmaların stok devir hızları ile karşılaştırmalar da yapılabilir. Stok devir hızı yüksek veya düşük olması durumunda, daha sağlıklı bir yorum yapılabilmesi için, nedenlerin araştırılması gerekir(Ceylan, 2001: 56).

Çizelge-39' da yer alan X firmasına ait dönem sonu bilânçosu ve Çizelge-40' daki X firması dönem sonu gelir tablosu incelendiğinde,

$$\text{Stok Devir Hızı} = \frac{6890 \text{ YTL}}{[(1200 + 1440 \text{ YTL}) / 2]} = 5,22 \text{ kez}$$

olduğu görülmektedir. Elde edilen oranın Türkiye şartlarında yeterli olduğunu söylemek mümkündür. Ancak, yine daha sağlıklı bir yorum yapılabilmesi, sektör ortalamalarına bağlıdır.

2.1.2.3.3. Aktif (Varlık) Devir Hızı

Firmanın sahip olduğu tüm varlıkların verimliliğinin ölçülmesinde kullanılan bir orandır. Aktif (varlık) devir hızı oranı şu formülle hesaplanabilir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 633):

$$\text{Aktif Devir Hızı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Ortalama Toplam Aktifler}}$$

Aktif devir hızınının 2 ile 4 arasında çıkması özellikle üretim işletmeleri için genel kabul görmektedir. Ticaret işletmelerinde ise, bu oranın 4' te daha yüksek olması beklenir (Erdoğan, 1997: 323).

Aktif devir hızı, bir firmanın aktif yapısı içinde duran varlıkların göreceli önemini yansıtır. Bir firmada duran varlıklar, aktif toplamı içerisinde büyük bir yer tutuyorsa, söz konusu firmada aktif devir hızı yavaştır. Buna karşılık, aktif toplamı içerisinde duran varlıkların nispeten önemsiz olduğu firmalarda, aktif devir hızı yüksek olma eğilimindedir. Bununla beraber, aktif devir hızı, bir firmanın kârlılığını belirleyen önemli etmenlerden biridir. Bir firma diğer koşullar sabitken, aktif devir hızını arttırmak yoluyla özsermaye getirisini (kârlılığını) yükseltebilir (Akgüç, 1994: 57).

Aktif devir hızı yavaş olan endüstriler, genellikle riskli endüstrilerdir. Bu nedenle sözkonusu endüstride faaliyet gösteren firmalar, aktif devir hızındaki yavaşlığın kâr üzerindeki olumsuz etkisini gidermek için, yüksek kâr marjıyla

çalışırlar. Aktif devir hızı yüksek olan endüstrilerin ise, genellikle riski daha azdır. Bu nedenle, bu endüstrilerde faaliyet gösteren firmalar, daha düşük kâr marjı ile yeterli bir özsermaye kârlılığına ulaşabilirler(Ceylan, 2001: 58-59).

Bir firmada aktif devir hızının düşük olması, firmada atıl kaynaklar bulunduğunun bir işareti olabilir. Bununla birlikte, yeni yatırımlara giren firmalarda aktif devir hızının düşük olması normal karşılanır(Akgüç, 1994: 57).

Çizelge-39' da yer alan X firmasına ait dönem sonu bilânçosu ve Çizelge-40' daki X firması dönem sonu gelir tablosu incelendiğinde,

$$\text{Aktif (Varlık) Devir Hızı} = \frac{12000 \text{ YTL}}{9900 \text{ YTL}} = 1,21 \text{ kez}$$

olduğu görülmektedir. Elde edilen oran, standartların oldukça altındadır. Yani, X firmasının aktif devir hızı düşüktür. Dolayısıyla, X firması için bu oranın yükseltilmesi gerekmektedir. Ancak, bu oran için ayrıca sektör ortalamasına da bakılması gerekir.

2.1.2.4. Kârın Ölçülmesinde ve Değerlendirilmesinde Kullanılan Oranlar(Kârlılık Oranları)

Firmaların emrine verilmiş bulunan öz kaynakların ve yabancı kaynakların, verimlilik derecesinin ölçülmesinde kullanılan oranlardır. Firmaların bir bütün olarak tüm faaliyetlerinde kârlı çalışıp çalışmadığının belirlenmesinde bu oranlardan yararlanılır. Kârlılık oranları ile firmanın geçmişteki kazanç gücü ve faaliyetlerin etkinlik derecesi değerlendirilir(Akdoğan ve Tenker, 2005: 634).

Bir firmanın elde ettiği kârın yeterli olup olmadığı konusunda değerlendirme yapılırken şu faktörlerin göz önünde tutulması gerekir(Akgüç, 1994: 62):

- a) Sermayenin alması kullanım alanlarında sağlayabileceği gelir,
- b) Genel ekonomik koşullardaki gelişmeler ve ekonominin dönemsel olarak içinde bulunduğu konjonktür,

- c) Aynı endüstri kolundaki benzer firmaların kâr oranları,
- d) Firmanın hedeflediği kârlılık oranları.

Kârın tutarından çok, belirtilen faktörler dikkate alınarak yapılacak değerlendirmeler daha anlamlıdır. Firmanın kârı ilk bakışta düşük görülebilir, ancak kâr oranı, aynı endüstrideki diğer firmalardan veya endüstri ortalamasından yüksek ise, ilgili firmanın kârının göreceli olarak tatmin edici olduğunu kabul etmek doğru olur(Akgüç, 1994: 62).

Kârlılık oranları genel olarak; firmanın satışları üzerinden kârlılığı gösteren oranlar ve firmanın yatırımları üzerinden kârlılığı gösteren oranlar olmak üzere iki grupta incelenir(Ceylan, 2001: 60).

Her iki gruptan seçilmiş bazı önemli kârlılık oranları şunlardır(Foster, 1978: 33-34; Levy, 1996: 770).

- a) Net Kâr Marjı,
- b) Aktif (Varlık) Kârlılığı,
- c) Özsermaye Kârlılığı.

2.1.2.4.1. Net Kâr Marjı

Net Kâr marjı, net kârın oluşmasını, net satışların ve yapılan giderlerin etkinliğinin ölçülmesini sağlayan bir orandır. Firmanın her 1 YTL' lik satıştan elde ettiği net kârı gösterir. Bu oran şu formülle hesaplanır(Ceylan, 2001: 60).

$$\text{Net Kâr Marjı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Net Satışlar}}$$

Bu oran Faiz ve vergiler de dahil olmak üzere bütün giderler karşılandıktan sonraki net satışların kârlılık yüzdesini verir. Dönem net kârının bir işletmenin dönem faaliyetini kârlı kapattığının bir işareti olarak, bu orana gerekli önemi kazandırdığını söylemek mümkündür. Fakat, önemli olan dönem net kârının faaliyet kârından büyük pay almasıdır. Ancak, bu durumdaki bir kârın devamlılığında söz

edilebilir. Böyle bir kârdan ortakların payına düşecek kısım ile firmada bırakılacak kısmın bir anlamı olabilir. Dönem net kâr oranı ne kadar yüksek çıkarsa, o kadar iyidir. Ancak, kesin bir yorum yapabilmek için, aynı sektördeki diğer firmaların net kâr marjları ile karşılaştırmalar yapmak gerekir(Erdoğan, 1997: 328).

Çizelge-40' da yer alan X firmasına ait gelir tabloları incelendiğinde,

$$\text{Net Kâr Marjı} = \frac{1400 \text{ YTL}}{12000 \text{ YTL}} = 0,12$$

olduğu görülür. Bu oran Türkiye şartlarında yüksek bir kârlılık oranı değildir. Ancak, X firmasının bulunduğu sektörün ortalamasından yüksek ise, tatmin edici bir kârlılık oranı olarak yorumlanabilir.

2.1.2.4.2. Aktif (Varlık) Kârlılığı

Aktif(varlık) kârlılığı oranı, varlıkların firmada ne ölçüde verimli kullanılıp kullanılmadığının belirlenmesini sağlar(Akdoğan ve Tenker, 2005:639).

Aktif kârlılığı oranı şu formülle hesaplanabilir(Bekçioğlu ve diğ., 2003: 37):

$$\text{Aktif Kârlılığı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Toplam Aktifler (Varlıklar)}}$$

Aktif kârlılığı oranı firmanın kâr marjı ile aktif devir hızının çarpımının bir sonucudur. Bu oran, özellikle finansmanda büyük ölçüde yabancı kaynak kullanan ve yabancı kaynak kullanımını yıldan yıla farklılık gösteren firmaların kârlılık analizinde ihtiyatla değerlendirilmelidir. Gerçekten net kâr, faizler ve vergiler indirildikten sonra kalan tutarı gösterdiğinden, bir firmanın finansman şekline veya finans yapısındaki değişikliklere göre bu oran yüksek veya düşük olabilir. Büyük ölçüde yabancı kaynak kullanan ve ağır bir borç yükü altında bulunan firmaların aktif kârlılığı oranının, varlıklarının büyük bir bölümünü öz kaynaklarla finanse eden

firmalara kıyasla daha düşük olması normaldir. Dolayısıyla firmanın finansman şekline göre farklı sonuçlar veren, pay ve paydası arasında tutarlılık bulunmayan bu oranı, bir firmanın kârlılık durumunun değerlendirilmesinde bir ölçü olarak kullanırken, dikkatli olmak gerekir. Yani, kârlılık analizinde sadece bu oranın kullanılması, hatalı yorumlara yol açabilir(Akgüç, 1994: 66-67).

Çizelge-39'da yer alan X firmasına ait dönem sonu bilançosu ve Çizelge-40'daki X firması dönem sonu gelir tablosu incelendiğinde,

$$\text{Aktif (Varlık) Kârlılığı} = \frac{1400 \text{ YTL}}{9900 \text{ YTL}} = 0,14$$

olduğu görülmektedir. Yine, Türkiye şartlarında bu oranın yeterli olduğunu söylemek mümkün değildir. Ancak, sektördeki diğer firmaların aktif kârlılık oranlarına bakmak daha sağlıklı yorum yapabilmek için bir şarttır.

2.1.2.4.3. Özsermaye Kârlılığı

Piyasa ekonomisinin olduğu ülkelerde yatırım yapmaktaki temel amaç kâr elde etmek olduğuna göre, elde edilen kârla, firma sahipleri tarafından firmaya konulan sermaye arasındaki ilişkinin belirlenmesi kârlılık analizinde büyük önem arz etmektedir(Akgüç, 1994: 62).

Bir firmanın kendi öz sermayesinin verimlilik derecesini gösteren bu oran, net kârın öz sermayeye bölünmesi ile elde edilir ve şu formülle hesaplanır(Akdoğan ve Tenker, 2005: 637):

$$\text{Özsermaye Kârlılığı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Özsermaye}}$$

Öz sermaye kârlılığı oranı, firma sahipleri tarafından sağlanan sermayenin bir birimine düşen kâr oranını ortaya koyar. Bu oran hesaplanırken, paydada, firmanın

dönem sonundaki öz sermayesi veya o hesap dönemindeki ortalama özsermayesi yer alabilir. Dönem başı özsermayesi ile dönem sonu öz sermayesi arasında büyük bir fark yoksa, formülde dönem sonu özsermayesi kullanılabilir. Ancak, gelişme veya büyüme gösteren firmalarda, bu oranın paydasında ortalama özsermaye tutarının yer alması daha doğru bir yaklaşımdır(Akgüç, 1994: 63).

Özsermaye kârlılığı; net kâr marjı, aktif devir hızı ve özsermaye çarpanının ortak bir sonucudur(Akgüç, 1994: 64).

Bir firmanın özsermaye kârlılığının yeterli olup olmadığı, büyük ölçüde sermayenin alternatif kullanım alanlarına bağlıdır(Ceylan, 2001: 61).

Çizelge-39'da yer alan X firmasına ait dönem sonu bilânçosu ve Çizelge-40'daki X firması dönem sonu gelir tablosu incelendiğinde,

$$\text{Özsermaye Kârlılığı} = \frac{1400 \text{ YTL}}{5200 \text{ YTL}} = 0,27$$

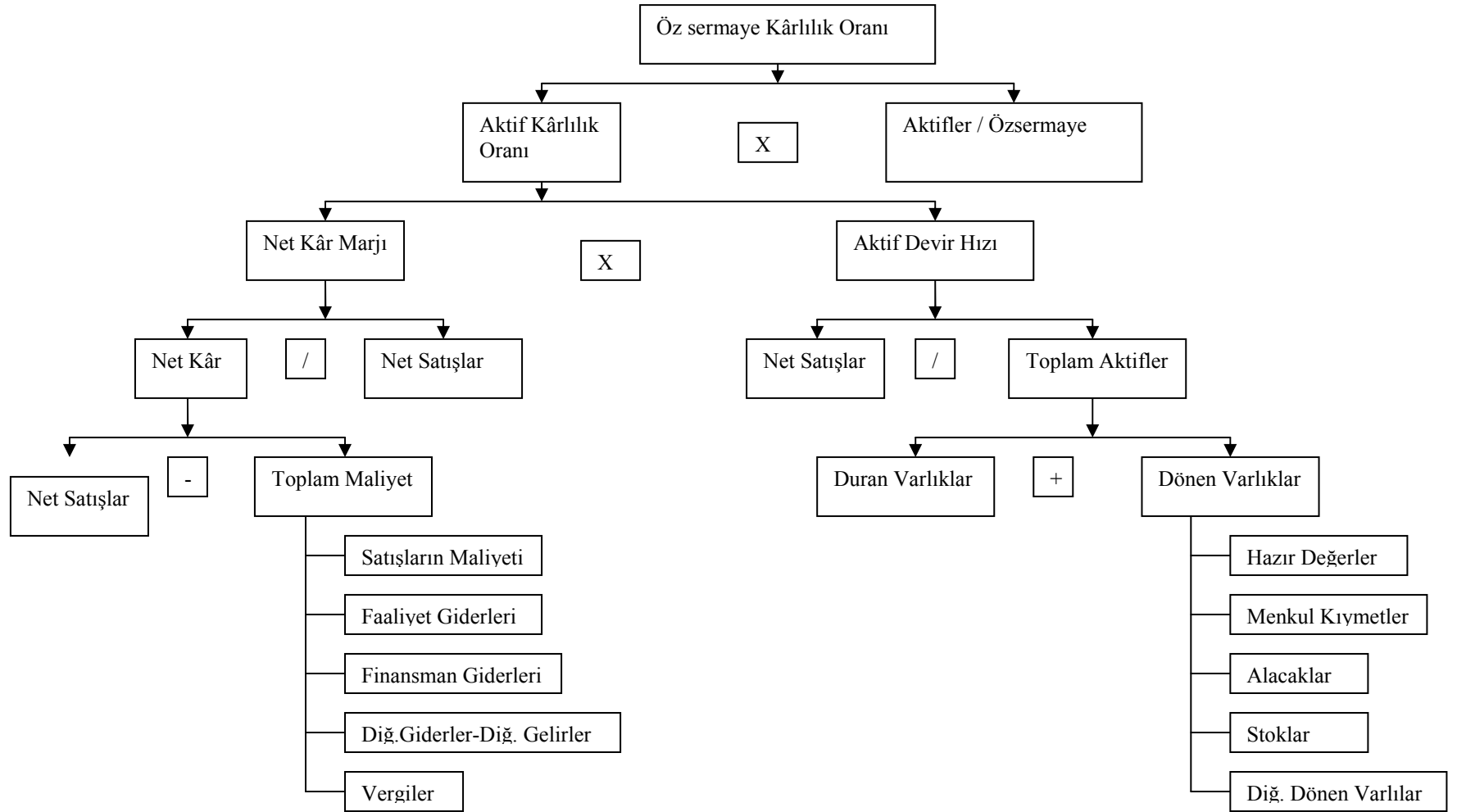
olduğu görülmektedir. Türkiye' de halihazırdaki fırsat maliyeti ve risksiz faiz oranı dikkate alındığında (%27), bu oran yeterli görünmektedir. Ancak, sektördeki diğer firmaların öz sermaye kârlılıkları da, yorumlamada göz önünde bulundurulmalıdır.

2.2. Du-Pont Kontrol Şeması ve Özsermaye Kârlılığını Etkileyen Faktörler

Buraya kadar yapılan açıklamalarda oranlar, firmaların performanslarının ölçülmesinde tek tek ele alınmıştır. Firmaların performanslarını bir çok yönden analiz etme imkânı sağlayan bileşik oran sistemi, 1919 yılında ilk kez Du-Pont tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Daha sonra, "Du-Pont Yöntemi" olarak kabul gören birleşik oranlar sistemi, firmaların kârlılık (verimlilik) yapısını, varlıklarının yönetimini ve finansal kaldıracını birlikte analiz ederek "Özsermaye kârlılık Oranını" belirlemeye yöneliktir(Erol, 1999: 162).

Du-Pont Kontrol Şeması Şekil 4' de sunulmaktadır(Brigham, 1999: 283).

Şekil-4. Du-Pont Kontrol Şeması



Şekil 4 incelendiğinde, şemanın sağ tarafında aktif devir hızı yer almaktadır. Bu kısımda; hazır değerler, menkul kıymetler, alacaklar, stoklar ve diğer dönen varlıklardan oluşan dönen varlıklar ile duran varlıklar toplamının firmanın yatırım tutarını(aktiflerini) belirlediği ve net satışların aktif toplamına bölünmesiyle de “aktif devir hızının” hesaplandığı gösterilmektedir. Şemanın sol tarafında ise, firmanın net kâr marjının nasıl oluştuğunu ortaya koymaktadır. Firmanın toplam giderleri ile gelir üzerinden ödenen vergiler toplamının satışlardan çıkarılması ile bulunan net kârın satışlara bölünmesi, firmanın “net kâr marjını” vermektedir. Aktif devir hızı ile net kâr marjının çarpımı “aktif kârlılık oranını”, bu oranla da “aktifler/ özsermaye oranının” çarpılması da, bir firmanın “özsermaye kârlılık oranını” vermektedir.

Bir firmada yatırımın (aktiflerin) kârlılığının, aktif devir hızı ile net kâr marjının ortak bir sonucu olduğunu şu eşitlikle de görmek mümkündür(Akgüç, 1994: 81).

$$\text{Aktif Kârlılık Oranı} = \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Toplam Aktifler}} \times \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Net Satışlar}}$$

Formüle göre, bir firmanın aktif kârlılık oranını yükseltebilmesi için ya net kâr marjını arttırması, ya da aktif devir hızını yükseltmesi veya bu iki oranı ortak sonuçları olumlu olacak şekilde değiştirmesi gerekmektedir(Akgüç, 1994: 81). Yani, tüm firmalar daha yüksek bir aktif kârlılığı kazanmak isterler ancak rekabet dolayısıyla bunu yapma güçleri sınırlıdır. Eğer, rekabetten dolayı varlıklardan beklenen kârlılık oranı sabitse, firmalar aktif devir hızı ile kâr marjı arasında değiş-tokuş yapmak durumunda kalırlar(Brealey ve diğ., 1997: 482).

Bir firmanın aktif kârlılık oranının sabit kalabilmesi için kâr marjı düştüğü takdirde, aktif devir hızının yükselmesi; aktif devir hızının yavaşladığı dönemlerde de kâr marjının yükselmesi gerekmektedir(Akgüç, 1994: 81).

Bir firmada özsermaye kârlılık oranını belirleyen üç etken bulunmaktadır. Bunlar; net kâr marjı, aktif devir hızı ve borçların özsermayeye oranı yani, finansal kaldıraç etkisidir(Akgüç, 1994: 84; Brealey ve diğ., 1997: 483):

$$\text{Özsermaye Kârlılığı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Net Satışlar}} \times \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Toplam Aktifler}} \times \frac{1}{1 - (\text{Borçlar} / \text{Toplam Aktifler})}$$

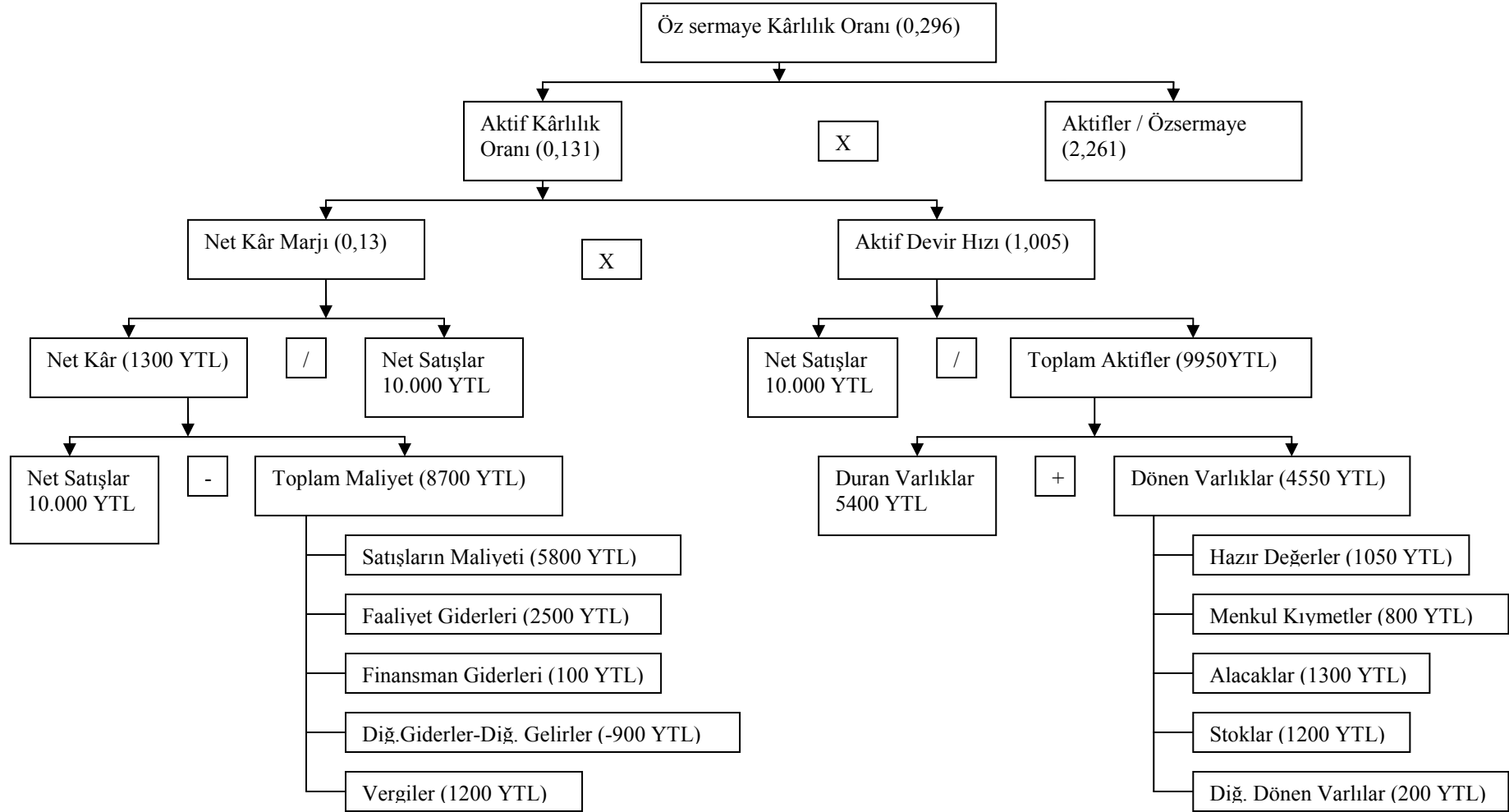
veya

$$\text{Özsermaye Kârlılığı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Net Satışlar}} \times \frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Toplam Aktifler}} \times \frac{\text{Toplam Aktifler}}{\text{Özsermaye}}$$

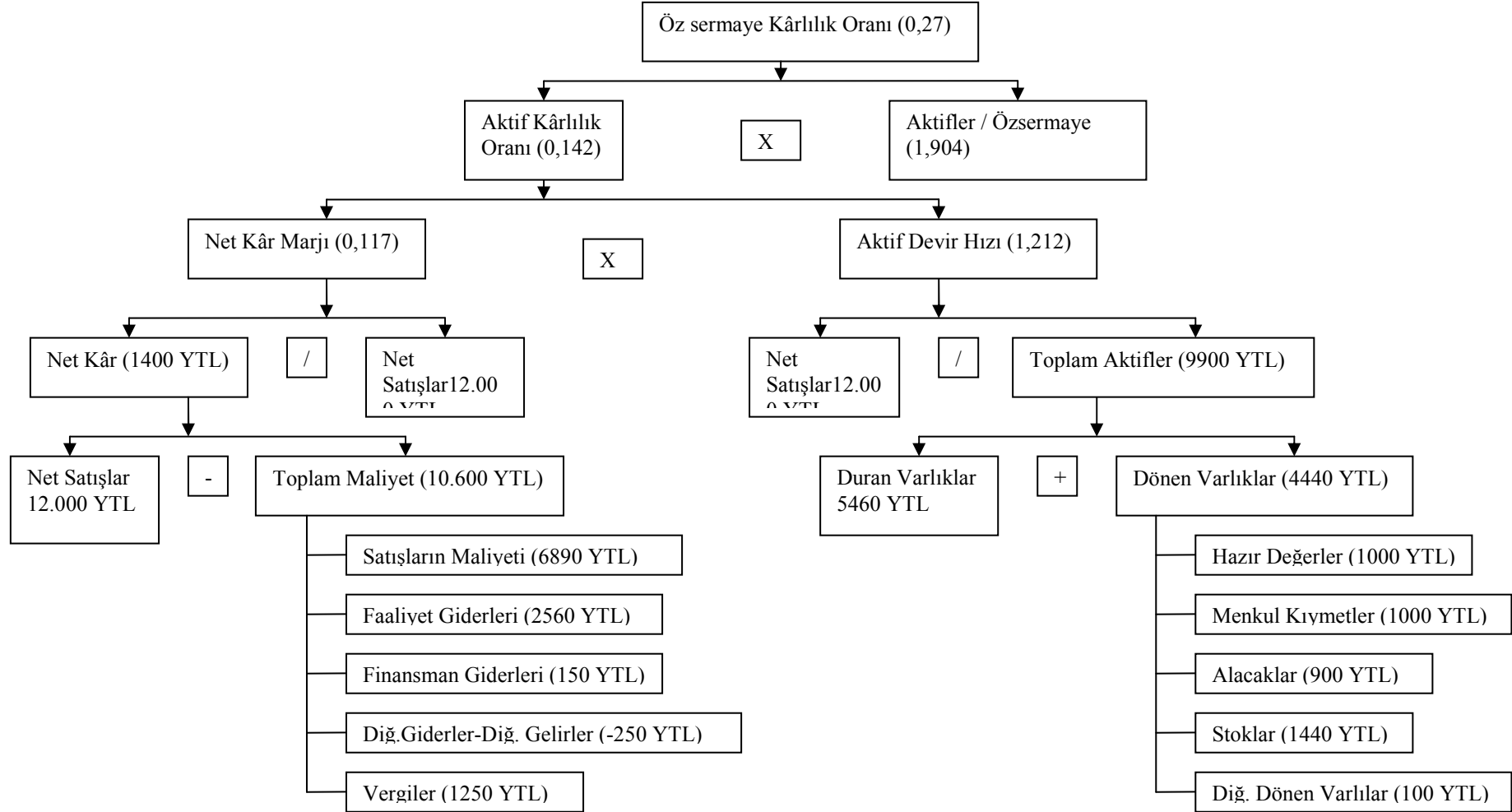
Formüllerden de anlaşıldığı gibi, firmalar Du-Pont sisteminden yararlanarak öz sermaye kârlılık oranını arttırmak için üç alternatif üretebilir. Birinci alternatif net kâr oranını arttırmaktır. İkinci alternatif aktiflerini daha iyi değerlendirerek devir hızını arttırmaktır. Son alternatif ise, finansal kaldıracını arttırarak öz sermaye kârlılık oranını yükseltmektir. Bu alternatifler tek tek değerlendirilebilecekleri gibi birlikte de değerlendirilebilirler(Erol, 1999: 166).

Şekil-5'te X firmasının 2003 yılı malî tablolarına ilişkin Du-pont kontrol şeması ve Şekil-6'da da yine X firmasının 2004 yılı malî tablolarına ilişkin Du-pont kontrol şeması sunulmaktadır.

Şekil-5. X Firmasının 2003 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması



Şekil-6. X Firmasının 2004 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması



Şekil 5 ve Şekil 6 incelendiğinde, 2004 yılında 2003 yılına göre net kârda bir artış olmasına rağmen, özsermaye kârlılığında bir düşüş olduğu göze çarpmaktadır. Bunun sebebi, ilgili firmanın Du-Pont kontrol şemalarından kolaylıkla tespit edilebilir. 2004 yılında net kâr atmış ancak net kâr marjı azalmıştır. Çünkü, 2003 yılına göre, 2004 yılı net kârındaki artış oranı, ilgili yılın satışlarındaki artış oranının gerisinde kalmıştır. Bu durum, diğer gelirler ile diğer giderler kalemleri arasındaki olumlu farkın az olmasından ve bunun da toplam maliyetler üzerindeki negatif etkisinden kaynaklanmıştır. X firmasının net kâr marjı düştüğünden, öz sermaye kârlılığını koruyabilmesi, ya da arttırabilmesi için aktif devir hızını yeterince arttırması veya borçlanarak kaldıraç etkisinden yararlanması ve özsermaye çarpanını yükseltmesi gerekir. Firma, 2004 yılında bazı varlıklarını azaltarak, aktif devir hızını arttırmıştır. Ancak, borcun kaldıraç etkisinden yararlanamamış ve buna bağlı olarak özsermaye çarpanı azalmış ve özsermaye kârlılığı bir önceki yıla göre azalmıştır. Firmanın bundan sonra, satışları ve kârı arttıramaması durumunda ya varlıklarda bir azalışa giderek aktif devir hızının artırması veya daha fazla borçlanarak özsermaye çarpanını artırması, yani borcun kaldıraç etkisinden yararlanması gerekmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI'NDA (İMKB) İŞLEM GÖREN BAZI GIDA SEKTÖRÜ FİRMALARININ ORAN (RASYO) ANALİZLERİ YOLUYLA FİNANSAL PERFORMANSLARININ ÖLÇÜLMESİ VE BUNLARIN ÖZSERMAYE KÂRLILIĞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN (AĞIRLIĞININ) BELİRLENMESİ

Çalışmanın bu bölümünde İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören bazı gıda sektörü firmalarının finansal performansları ölçülecektir. Bu amaçla bu firmaların 1993-2002 yılları arasındaki 10 yıllık dönem sonu malî tabloları rasyo analizine tâbi tutulacaktır. Ayrıca, Du-pont malî kontrol sisteminden yararlanılarak bu firmaların özsermaye kârlılığını etkileyen faktörler(oranlar) belirlenecek ve bu oranlar regresyon analizine tâbi tutulacaktır.

3.1. Analize Tâbi Tutulan Toplam Gıda Sektörü Firmaları ile İlgili Genel Bilgiler

Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve halihazırda İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören toplam firma sayısı 22'dir. Ancak, bu firmaların yarısından fazlasının İMKB' na kote oluşlarının tarihi pek eski değildir. Bu nedenle, analizlerin sağlıklı olması için, en az 10 yıldan beri işlem gören firmalar ele alınmıştır. Bu firmalar ve onlar hakkındaki genel bilgiler şöyledir:

a) Banvit Bandırma Vitaminli Yem Sanayi A.Ş.

1968 yılında yem üreticisi olarak faaliyetlerine başlayan Banvit, 1985 yılından itibaren aşamalı olarak etlik piliç üretimine geçmiştir. Bugün, kanatlı üretimiyle ilgili dikey entegrasyonun tüm halkalarını bünyesinde bulunduran Banvit, saatte 16 bin, yıllık 75 milyon piliç kesim kapasitesiyle tek çatı altında toplanmış en büyük etlik piliç kesim kapasitesine sahiptir. Bu kapasite, ABD ve Brezilya gibi piliç

üretiminde önde gelen ülkelerde kabul edilen ölçek ekonomisi büyüklükleri ile eşdeğerdedir.

1996 yılında başlatılan yeniden yapılanma çalışmalarının sonucunda Banvit, vizyonunu genişleterek, Avrupa'da lider bir gıda şirketi olmaya yönelmiş ve bu doğrultuda yatırımlara başlamıştır. Banvit Romania'nın kurulmasının ardından, 1999 yılında, Bandırma'da hazır gıda üretimine yönelik tesisin yapımına başlanmış ve bu tesis Mayıs 2001'de devreye alınmıştır. Banvit, İleri İşlem Tesisi ile tam pişmiş köfteler, kebablar, dönerler, burgerler ve kaplamalı ürünlere ek olarak salam, sosis, sucuk ve jambon çeşitleri ile ürün yelpazesini genişletmiştir. Diğer yandan, 2000 yılında, İzmir Armutlu'da bulunan Tadpi tesisleri satın alınmış, yapılan yatırımlarla tesis hindi ve çeşitli kanatlıların üretimine uygun hale getirilmiş ve böylece hindi üretimi 2001 yılının Mayıs ayında başlamıştır.

Banvit, "Gıda Güvenliği" konusunda son derece önemli bir kontrol programı olan HACCP'yi sekiz yıldır uygulamaktadır. Bununla birlikte, Kasım 2000 tarihinde BVQI'dan alınan ISO 9001 Sertifikası'nın kapsamına canlı üretim de dahil edilerek genişletilmiş ve sertifika Ocak 2002 tarihinde yenilenmiştir. Diğer yandan, 3.500 m³/gün sıvı arıtma, 200 ton/gün katı atık işleme kapasitesine sahip yenilenmiş arıtma tesisleri Aralık 2001 tarihinde devreye girmiştir. Ayrıca, AB'de bile gıda sektörü için çok nadir olan ISO 14001 "Çevre Yönetim Sistemi" uygulamaları, hem piliç hem de hindi üretimi için ayrı ayrı sertifikalandırılmıştır.

Kesimhanenin mevcut kapasitesi 16.000 adet/saat, yaklaşık 240.000 adet/gün piliç kesimidir. Bu kapasitesi ile Banvit, Türkiye'de tek çatı altında en fazla üretimi gerçekleştirebilen kuruluş olma özelliğine sahiptir. Bugün, mevcut kapasitenin %80'i kullanılmaktadır(www.banvit.com).

b)Frigo-Pak Gıda Maddeleri Sanayi Ticaret A.Ş.

Frigo-Pak firması 1984 yılında kurulmuş olup, kısa zamanda önemli bir satış hacmi yakalayarak Türkiye'nin önde gelen gıda ihracatçılarından biri haline gelmiştir. Frigo-Pak'ın %63'ü tanınmış İngiliz gıda firması Gerber Foods'a aittir; ayrıca hisseleri İMKB'de işlem görmektedir.

Firma, Bursa İnegöl'de 30.000 m² arsa üzerine 27.000 m² kapalı alanda kurulu olan ve son teknoloji ürünü ekipmanla donanmış modern fabrikasında, gazlı ve gazsız içecekler, meyve suyu, konserve ve dondurulmuş gıda üretmekte ve üretiminin tamamını başta İngiltere ve ABD olmak üzere Almanya ve Japonya dahil 14 gelişmiş ülkeye ihraç etmektedir. İhracat yaptığı ülkelerdeki sıkı gıda sağlığı denetimlerinden tam puan alan ve NATIONAL BRITANNIA Certificate of Conformity, UKAS INSPECTION Certificate of BRC Inspection Higher Level, ISO ve HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) kalite belgelerine sahiptir.

Frigo-Pak, yüksek ürün kalitesini, üretim kalitesi, hammadde kalitesi ve servis - hizmet kalitesi ile birleştirmektedir. Firma, sahip olduğu alkolsüz içecekler ve meyve suyu hatlarında yüzlerce çeşit ürün üretme imkânına sahiptir(www.sunpride.com.tr).

c) Kent Gıda Maddeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Kent Gıda Maddeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin temeli, Tahincioğlu ailesinin 1927 yılında Mardin'de tahin üretimine başlamasıyla atılmıştır. 1933 yılında imalâthanelerini artan talep doğrultusunda geliştiren aile, daha sonra üretim çeşitlerini arttırmak ve pazarını geliştirmek amacı ile 1946 yılında Diyarbakır'da helva ve şekerleme tesislerini kurmuştur. 1956 yılına gelindiğinde, sektördeki gelişimini devam ettirmek ve Türkiye geneline ulaşabilmek amacı ile İstanbul'da 11 kişilik bir kadro ile bugünkü Kent Gıda kurulmuştur.

1960'da, Kent Gıda zamanının en modern tesislerine sahip İstanbul, Şişli'deki ilk fabrikasını işletmeye sokarak Türkiye pazarına hitap eden bir firma haline gelmiştir. Şekerlemenin yanı sıra sakız üretimine de başlamış, dünyadaki teknolojik gelişmelerin ve yeniliklerin öncülüğünü yaparak sektörün ve pazarın gelişmesine katkıda bulunmuştur.

1983 yılında Kent ürünlerinin Türkiye genelinde pazarlama satış ve dağıtımını yapmak üzere Birlik Gıda A.Ş. kurulmuştur. Artan pazar payına cevap verebilmek için 1982 yılında Kartal'da çikolatalı ve kakaolu ürünler tesislerini, 1986

yılında da Çayırova'da şekerleme, sakız ve kakaolu ürünler üretecek olan tesisini işletmeye açmıştır.

90'lı yıllarda Kent Gıda, şekerleme, sakız ve çikolata üreticisi ve ihracatçısı sıfatı ile Türkiye' de sektörünün lideri konumuna, ürünleri ile de dünyanın dört bir yanında tanınan ve güven duyulan bir Türk markası haline gelmiştir.

Firma, 1990 yılında halka açılma kararı alarak, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'na kote oldu, %15 hissesini halka arz etmiştir. Aynı yıl kendi sektöründe TSE ve imalât yeterlilik belgesini alan ilk üretici olmuştur. 2000 yılının başında üretiminin tamamını Çayırova'da en son teknoloji ile donatılmış 110,000 m² arazi içerisinde, 75,000 m² kapalı alan üzerine inşa edilmiş fabrikasında gerçekleştirmeye başlamıştır. Kent Gıda, hali hazırda 60 ülkeye ihracat yapmaktadır(www.kent.com.tr)

d)Konfrut Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Konfrut Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. 1991 yılında kurulmuş olup, gıda sektöründe önemli ihracatçı firmalar arasında yer almaktadır. Başlıca ürünleri, meyve suyu konsantresi, meyve püresi ve domates salçasıdır. Firma hisselerinin yüzde 50'sinden fazlası Merko Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin elinde bulunmaktadır. Firma kurulduktan çok kısa bir süre sonra İstanbul Menkul Kıymetler Borsasına kote olmuştur.

Yakın zamanda firma, tüm fabrikalar ABD 'den NFPA, İngiltere'den BRC , ISO 9001:2000 ve HACCP başarıyla almaya hak kazanmıştır (www.konfrut.com).

e) Merko Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş

Merko Gıda, gıda sektörüne meyve - sebze hammaddesi sağlayan dünya çapında bir üreticidir. Halihazırda, Türkiye 'nin en büyük işlenmiş meyve ve sebze üreticisi olan Merko Gıda, 1982 yılında kurulmuştur.

Merko Gıda hisseleri 1994 yılında halka açılmıştır ve bugün en büyük hisseye sahip olan hissedarlar şirketi yönetmektedir. 2003 yılında Yunanistan'dan Nomikos tarafından da alınan hisseler dahil olmak üzere hisselerin büyük bölümü IMKB 'de

işlem görmektedir. Grup bünyesindeki 7 fabrikanın yıllık kapasitesi 500.000 ton hammadde üzerinden 100.000 ton üründür.

Salça üretimi, Tepecik ve Sultaniye ve MerMar fabrikalarında yapılmaktadır. Ayrıca Sultaniye'de Küp Domates de üretilmektedir. Dondurulmuş Gıda üretimi Yalova_ve Torbalı fabrikalarında yapılmaktadır. Grup bünyesinde yer alan diğer üretim şirketleri, meyve suyu ve konsantresi üreten Merser 'dir. Adana 'da sezonluk sadece narenciye işleyen bir fabrika bulunmaktadır.

Firma, HACCP ve Toplam Kaliteyi her üretim bandında ve her fabrikasında yaşama geçirerek sektöründe öncü konumuna geçmiştir. Önemli pozisyonlardaki personel Campden-İngiltere başta olmak üzere yurtdışına gönderilmekte ve üniversitelerle ortaklaşa düzenli olarak kurum içi eğitim programları gerçekleştirilmektedir.

Son yıllarda, grup bünyesindeki tüm fabrikalar ABD 'den NFPA ,İngiltere'den BRC, ISO 9001:2000 ve HACCP başarıyla almaya hak kazanmıştır(www.merko.com.tr).

f) Pınar Süt Mamülleri Sanayi A.Ş.

İlk özel girişimin sembolü haline gelen Pınar, iş yaşamındaki yolculuğuna 1975 yılında Pınar Süt'le başlamıştır. Dünya trendlerini yakından takip ederek, en sevilen lezzetleri, en sağlıklı ürünleri, en son teknolojiyi kullanan çağdaş üretim tesislerinde güvenilir koşullarda üretip, en modern ambalajlarda sunmaktadır. Sütten ete, undan peynire, sudan meyve suyuna, balıktan mayoneze kadar çok çeşitli ürün kategorisi ile 30 yıldır sektörüne öncülük etmektedir. Pınar Süt, Pınar Et ve Un, Pınar Su, Yaşar Birleşik Pazarlama, Pınar Anadolu Gıda, Çamlı Yem Besicilik, Almanya'da bulunan Pınar GMBH şirketleri ile büyümeyi sürdürmektedir.

AC Nielsen şirketinin Marka Bilinirliği araştırmasına göre; ette, sütte ve pastörize peynirde en çok bilinen 1.marka diğer gıda kategorilerinde ilk 10 marka arasında yer almaktadır.

İstanbul Sanayi Odası tarafından gerçekleştirilen ‘‘Türkiye’nin En Büyük 500 Sanayi Kuruluşu Araştırması’’nda, Pınar Süt 100. sırada yer almaktadır. Pınar süt firması Yaşar grubunun en önemli firmalarından biridir(www.pinarsut.com.tr).

g) Tat Konserve Sanayi A.Ş.

Türkiye’nin en önemli gıda firmalarından biri olan Tat Konserve, 1967 yılında Mustafa Kemal Paşa’da kurulmuştur. 1981 yılında, firma dünyada domates salçasında aseptik dolun teknolojisini uygulayan ilk üç firmadan biri olarak çalışmalarına devam etmiştir. 1983-85 yılları arasında, Japon Kagome ve Sumitomo firmaları ile teknoloji ve satış kapsamındaki işbirliğinin temelleri atılmış ve bu firmalar 1987 yılında Tat Konserve hisselerinin yüzde 7’sine sahip olmuştur. 1992 yılında firma halka açılmış ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’na kote olmuştur. Böylece, Japon ortakların toplam hissesi yüzde 15’e yükselmiştir. Firma, o yıllardan günümüze önemli teknolojik yatırımlar yapmış ve kapasitesini sürekli arttırmıştır.

2003 yılında, markalar arası sinerji, maliyetlerin azaltılması, kaynakların daha verimli kullanılması amacı ile Tat, Sek, Maret ve Pastavilla firmaları, Tat Konserve Sanayi A.Ş. altında birleşmiş ve Tat gıda grubu, Türkiye’nin en büyük gıda firmalarından biri haline gelmiştir.

Tat Konserve firması, Kema Registered Quality ISO 9001/ 2000 kalite belgesine sahiptir. Halihazırda, domates salçası üretim kapasitesi 100.000 tona, doğranmış domates kapasitesi 26.000 tona, sebze konserve kapasitesi 40.000 tona, ketçap kapasitesi 15.000 tona, mayonez kapasitesi 8000 tona ve hazır yemek kapasitesi 10.000 tona ulaşmıştır(www.tat.com.tr).

h) Tukaş Turgutlu Konservecilik A.Ş.

Tukaş, gıda sektörünün güçlü bir kuruluşudur. 1962 yılında Manisa’nın Turgutlu ilçesinde kurulan Tukaş, 1967 yılında Oyak Ordu Yardımlaşma Kurumu tarafından satın alınmıştır. 1967 yılından bu yana bir Oyak iştirakî olarak sürekli yükseliş trendi gösteren Tukaş; 1994 yılında şirket ödenmiş sermayesinin yüzde

28'ini halka arz etmiş ve İMKB'de işlem görmeye başlamıştır. Tukaş'ın % 72'si halen Oyak'a aittir.

Genel merkezi İzmir'de bulunan Tukaş, üretim faaliyetlerini Manisa'nın Turgutlu, İzmir'in Torbalı ve Balıkesir'in Manyas ilçelerindeki fabrikalarında gerçekleştirmektedir.

Üretim kapasiteleri toplam 130.000 ton/yıl olan tesislerinde modern koşullarda üretim faaliyetlerini sürdüren Tukaş, geniş ürün yelpazesine sahiptir. Tukaş'ın salça, konserve (sebze konserveleri, hazır yemekler, haşlamalar ve kompostolar), turşu, reçel ve bal, şarküteri, sos (ketçap, mayonez, hardal, acı biber sosu ve biberli ezme), toz ürün (hazır tatlı, hazır çorba, puding, krem şanti, dondurma, pasta yardımcı malzemeleri) ve dondurulmuş gıda ürün gruplarında 250'yi aşkın ürünü bulunmaktadır

Geçtiğimiz yıllarda yalnızca yılın belli dönemlerinde üretim yapabilen Tukaş, 2001-2003 yıllarında gerçekleştirdiği ürün yatırımları sonucu geliştirdiği yeni ürünlerle yılın her dönemi üretim yapabilen bir şirket konumuna gelmiştir. Tukaş, ürünlerini TSE-EN-ISO 9001:2000 ve TÜV-CERT HACCP kalite güvence sistemlerini kullanarak ve büyük bir titizlikle üretmektedir.

İhracat hacmini sürekli genişleten Tukaş, toplam satış gelirlerinin %35-40'ını 63 ülkeye yaptığı ihracattan sağlamaktadır. İç pazarda, sürekli penetrasyon artışı ile 58.000'i aşkın satış noktasında Tukaş ürünleri satılmaktadır (www.tukas.com.tr).

1) Ülker Gıda A.Ş.

Ülker firmasının temelleri 1944 yılında İstanbul Eminönü'ndeki bir handa atılmıştır. O yıllarda Sabri Ülker, sadece üç çalışanı ile üretime başlamış ve 75.000 ton bisküvi üretmiştir. 1970 yılında Anadolu Gıda, halka açık bir firma olarak Ankara'da kurulmuş ve bisküvi üretim kapasitesini iki katına çıkarmıştır. Firma 1974 yılında ihracata başlamış ve kısa zamanda çok yol kat etmiştir. Firmanın ürün çeşidi çok fazladır. Başlıca ürünleri; bisküvi, çikolata, margarin, bitkisel yağ, endüstriyel yağ, nişasta, süt, gazlı içecek, dondurma ve Türk kahvesidir. Firma, 1993 yılından

günümüze büyük dünya firmaları ile ortak girişimlerde bulunmuştur ve ulusal ve uluslar arası olmak üzere bir çok gıda kalite belgesine sahiptir.

j)Vanet Entegre Et Sanayi ve Ticaret A.Ş.

1977 yılında kurulan Van Et A.Ş. T.Sınai Kalkınma Bankası ve Dünya Bankasının, Türkiye'deki hayvan varlığının değerlendirilmesi ile ilgili İç Anadolu, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde uygulamaya koymayı planladıkları projelerden biridir. Bu projelerden sadece Van Et A.Ş. hayata geçirilebilmiştir. Van Et A.Ş.'nin kuruluş amacı bölgedeki küçük ve büyükbaş hayvan varlığını en iyi şekilde değerlendirerek ülke ekonomisine katkıda bulunmaktır. Firma, zaman içerisinde karkas ve parça etler ile şarküteri ürünleri üretiminde önemli bir pazar payı elde ederek amacını gerçekleştirme çalışmalarına devam etmektedir.

Fizibilite ve proje döneminde T.Sınai Kalkınma Bankası, yatırım döneminde T.C. Ziraat Bankası, işletme döneminde ise, T. Kalkınma Bankası ve Van İl Özel İdaresi şirketin en büyük hissedarları olarak şirket çalışmalarına yön vermişlerdir. 1998 yılında İMKB' na giren Van-Et, et ve et ürünleri üretiminde Türkiye' nin önde gelen tanınmış markaları arasında yerini almıştır. Firmanın başlıca ürünleri; karkas et, parça et, salam, sucuk, sosis, pastırma, jambon, jole işkembe, kavurma ve hindi ürünleridir.

3.2. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Finansal Oranları

Çalışmanın bu kısmında, gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların Ek-1'de sunulan malî tabloları kullanılarak, 1993-2002 yılları arasındaki likidite, kaldıraç, faaliyet ve kârlılık oranları hesaplanmış ve yorumlanmıştır.

3.2.1. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Likidite Oranları

Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki cari oranları Çizelge-41'de sunulmaktadır.

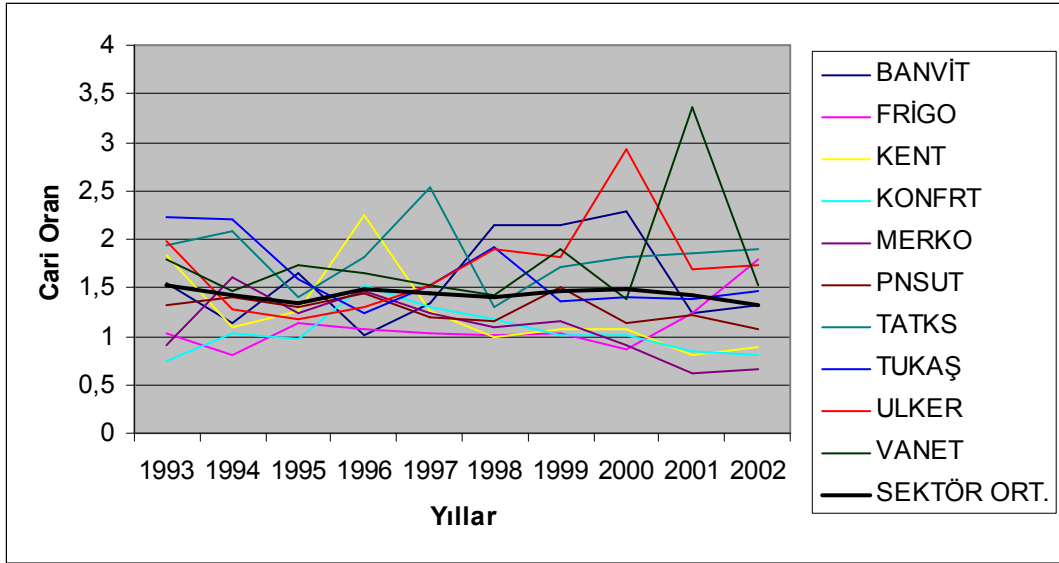
Çizelge-41. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Cari Oranları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	1,542	1,132	1,647	1,017	1,33	2,149	2,145	2,283	1,243	1,32	1,580
FRİGO	1,035	0,811	1,129	1,072	1,024	1,004	1,025	0,865	1,236	1,791	1,099
KENT	1,841	1,094	1,262	2,251	1,263	0,985	1,066	1,064	0,803	0,891	1,252
KONFRT	0,741	1,041	0,97	1,521	1,293	1,169	1,019	1,01	0,854	0,803	1,042
MERKO	0,899	1,606	1,227	1,466	1,236	1,089	1,149	0,897	0,622	0,657	1,084
PNSUT	1,32	1,397	1,29	1,441	1,195	1,154	1,499	1,132	1,207	1,073	1,270
TATKS	1,943	2,087	1,41	1,816	2,528	1,296	1,717	1,823	1,847	1,902	1,836
TUKAŞ	2,225	2,213	1,596	1,247	1,533	1,917	1,354	1,408	1,376	1,471	1,634
ÜLKER	1,976	1,284	1,183	1,29	1,526	1,898	1,807	2,92	1,697	1,735	1,731
VANET	1,8	1,472	1,738	1,647	1,527	1,426	1,893	1,381	3,37	1,518	1,777
SEKTÖR ORT.	1,532	1,414	1,345	1,477	1,446	1,409	1,467	1,478	1,426	1,316	1,431

Çizelge-41 incelendiğinde, yıllar itibariyle sektörün cari oranının 1.5 civarında seyrettiği göze çarpmaktadır. Türkiye şartlarında bu ortalama normal karşılanabilir. Gıda firmaları içinde Banvit, Tat Konserve, Tukaş, Ülker ve Vanet firmalarının cari oranlarının genellikle sektör ortalamasının üzerinde olduğu, diğer firmaların cari oranlarının ise, sektör ortalamalarının altında gerçekleştiği dikkat çekmektedir. Cari oranın düşük olması bir risk göstergesidir. Bu anlamda, en riskli firmalar Frigo-Pak Gıda, Konfrut Gıda, Merko Gıda'dır. Bu firmaların borçlarını ödeyebilme konusunda zor durumlara düşmemeleri için cari oranlarını sektör ortalamasına yaklaştırmaları gerekmektedir. Cari oranı en istikrarlı olan firmalar ise, Banvit, Tat Konserve, Ülker ve Vanet'tir. Bu firmaların borçlarını ödeyebilme konusunda herhangi bir sıkıntıları bulunmamaktadır ve yeterli çalışma sermayesine

sahiptirler. Dolayısıyla bu firmalar gıda sektörü içindeki düşük risk grubuna giren firmalar arasında sayılabilir. Özellikle, Merko gıdanın her geçen yıl mali yapısı bozulmuştur. Ancak, firmaların borç ödeme güçlerinin daha hassas biçimde ölçülebilmesi için asit test oranına bakmakta fayda bulunmaktadır.

Çizelge-41'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 7'de de sunulmaktadır.



Şekil 7. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Cari Oranları

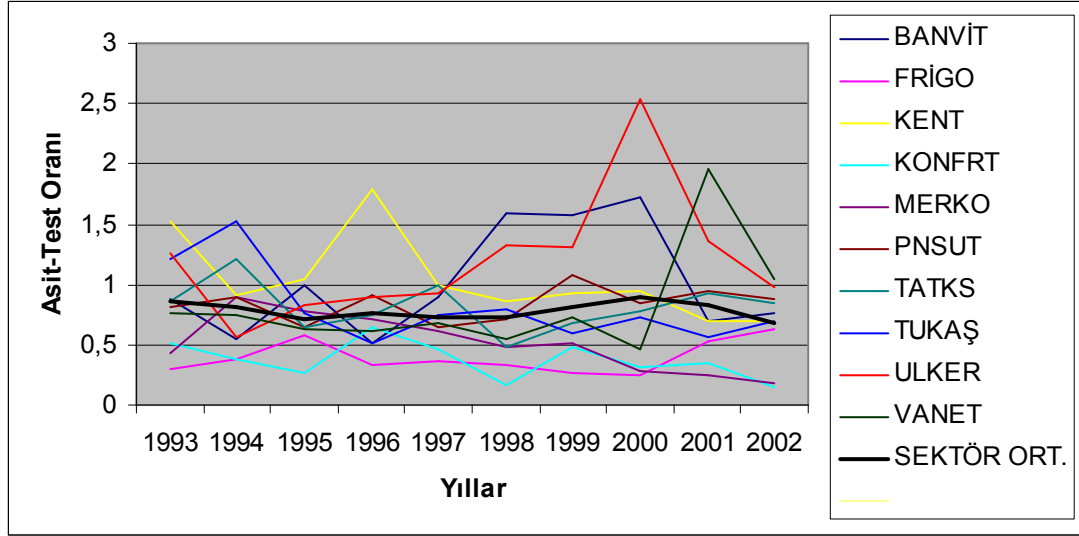
Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki asit-test oranları Çizelge-42'de sunulmaktadır.

Çizelge-42. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Asit-Test Oranları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	0,883	0,548	1,001	0,51	0,887	1,584	1,576	1,717	0,697	0,764	1,016
FRİGO	0,296	0,376	0,583	0,326	0,358	0,324	0,273	0,253	0,537	0,625	0,395
KENT	1,519	0,907	1,047	1,788	0,991	0,865	0,93	0,945	0,696	0,704	1,039
KONFRİT	0,513	0,384	0,266	0,64	0,464	0,174	0,479	0,307	0,34	0,154	0,372
MERKO	0,426	0,9	0,772	0,707	0,615	0,488	0,51	0,283	0,247	0,18	0,512
PNSUT	0,808	0,894	0,645	0,918	0,647	0,716	1,07	0,85	0,937	0,874	0,835
TATKS	0,854	1,207	0,642	0,74	1,001	0,484	0,684	0,786	0,926	0,851	0,817
TUKAŞ	1,215	1,526	0,761	0,514	0,749	0,788	0,602	0,731	0,569	0,697	0,815
ÜLKER	1,266	0,571	0,821	0,9	0,931	1,323	1,309	2,533	1,36	0,976	1,199
VANET	0,758	0,744	0,63	0,612	0,672	0,549	0,727	0,468	1,961	1,037	0,815
SEKTÖR ORT.	0,854	0,806	0,717	0,766	0,7315	0,73	0,816	0,887	0,827	0,6862	0,782

Çizelge-42 incelendiğinde, yıllar itibariyle sektörün asit-test oranının 0,70-0,85 civarında seyrettiği göze çarpmaktadır. Bu rakamlar, asit-test oranının uluslararası standardının (1) biraz altında kalmaktadır. Ancak, Türkiye şartlarında normal karşılanabilir. Gıda firmaları içinde, Kent Gıda ve Ülker firmalarının asit-test oranlarının genellikle sektör ortalamasının üzerinde olduğu, diğer firmaların asit-test oranlarının ise, sektör ortalamalarının altında gerçekleştiği dikkat çekmektedir. Görüldüğü gibi, borç ödeme gücü hassas olarak ölçüldüğünde, durumu çok iyi olan firmaların sayısı sadece ikiye düşmektedir. Asit-test oranı yönünden en riskli olan firmaların ise, Frigo-Pak Gıda, Konfrut Gıda ve Merko Gıda olduğu dikkat çekmektedir. Bu firmaların ellerindeki stok miktarının fazla olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla, bu firmaların çalışma sermayesi ve kısa vadeli borçların yönetimi konusunda bazı önlemler alması gerekir. Aksi takdirde, bu firmaların borç ödeme konusunda sıkıntıya düşmeleri, kredi kullanma hususunda zorluklarla karşılaşmaları kaçınılmaz olacaktır. Acil olan borçların ödeme gücü hususunda en hassas ölçü nakit oranıdır.

Çizelge-42'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 8'de de sunulmuştur.



Şekil 8. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Asit-Test Oranları

Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki nakit oranları Çizelge-43'de sunulmaktadır

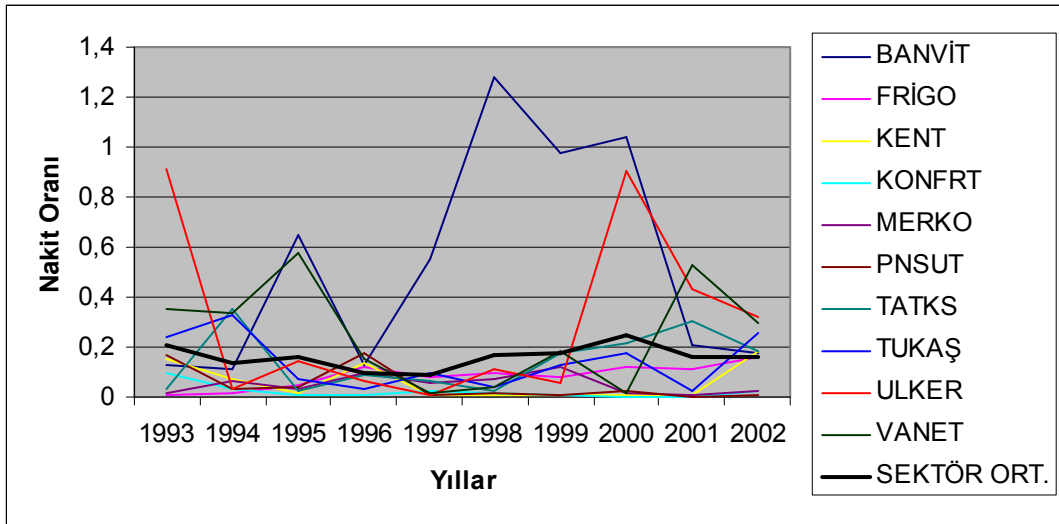
Çizelge-43. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Nakit Oranları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	0,128	0,114	0,649	0,126	0,554	1,282	0,975	1,041	0,209	0,174	0,525
FRİGO	0,008	0,016	0,051	0,123	0,081	0,097	0,083	0,124	0,116	0,161	0,086
KENT	0,149	0,071	0,02	0,137	0,012	0,007	0,006	0,01	0,009	0,185	0,060
KONFRT	0,099	0,031	0,005	0,004	0,024	0,013	0,007	0,003	0,002	0,022	0,021
MERKO	0,013	0,062	0,032	0,093	0,054	0,074	0,117	0,016	0,008	0,022	0,049
PNSUT	0,167	0,035	0,041	0,174	0,004	0,013	0,008	0,021	0,001	0,012	0,047
TATKS	0,032	0,349	0,022	0,087	0,068	0,022	0,18	0,214	0,305	0,183	0,146
TUKAŞ	0,241	0,331	0,072	0,036	0,094	0,041	0,132	0,176	0,021	0,258	0,140
ULKER	0,911	0,036	0,146	0,063	0,01	0,112	0,058	0,904	0,432	0,322	0,299
VANET	0,35	0,335	0,576	0,152	0,017	0,042	0,184	0,014	0,53	0,298	0,249
SEKTÖR ORT.	0,210	0,138	0,161	0,100	0,092	0,170	0,175	0,252	0,163	0,164	0,1625

Çizelge-43 incelendiğinde, yıllar itibariyle sektörün nakit oranının genellikle 0,15-0,20 civarında seyrettiği göze çarpmaktadır. Bu sonuçlar da Türkiye şartlarında

makûldür. Burada da, aynı gruba ait firmalar olan Merko Gıda ve Konfrut Gıdanın nakit oranlarının genellikle çok düşük seyrettiği görülmektedir. Bu firmalar, bu şartlar altında acil borçların ödenmesi konusunda büyük sıkıntılar içine düşebilirler. Gıda sektöründeki tüm firmaların nakit oranlarında yıllar itibariyle bir istikrar olmadığı ve büyük dalgalanmalar olduğu açıkça görülmektedir. Özellikle, Banvit firmasının nakit oranının bazı yıllarda çok yükseldiği ve dolayısıyla elinde atıl paraların bulunduğu dikkat çekmektedir. Bu durum bir risk içermemekle beraber, nakdin verimsiz kullanımı söz konusudur.

Çizelge-43'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 9'da da sunulmuştur.



Şekil 9. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Nakit Oranları

Genel olarak, gıda sektörünün likidite oranları incelendiğinde, sektör firmalarının çoğunun borç ödemelerini kolaylıkla gerçekleştirebileceğini, işletme sermayelerinin yeterli olduğunu ve bu firmalara rahatlıkla kredi verilebileceğini söylemek mümkündür.

3.2.2. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Kaldıraç Oranları

Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki toplam borçlarının aktiflere oranları Çizelge-44'de sunulmaktadır.

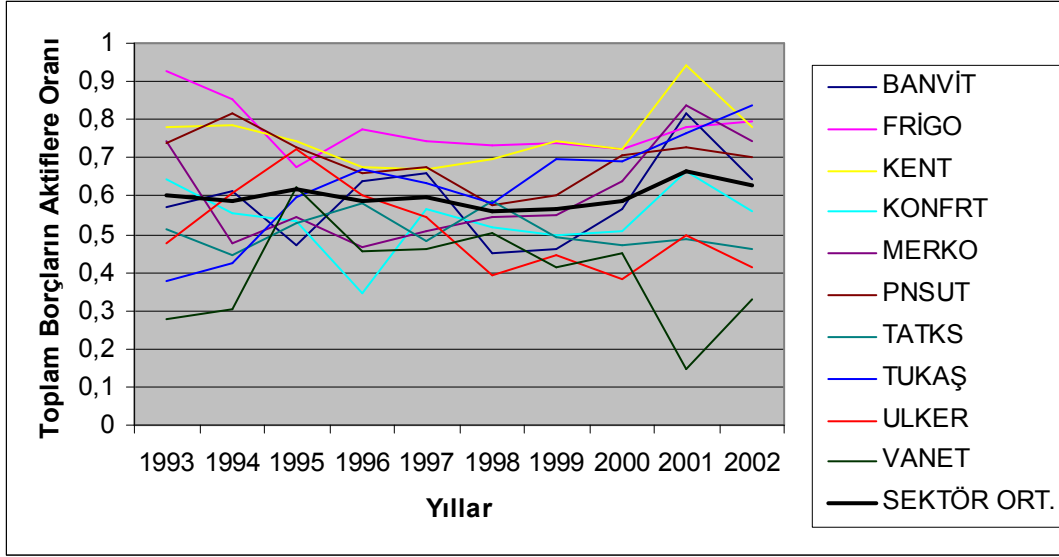
Çizelge-44. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Toplam Borçlarının Aktiflere Oranı

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	0,571	0,61	0,471	0,641	0,66	0,449	0,46	0,567	0,817	0,645	0,589
FRİGO	0,926	0,852	0,673	0,773	0,744	0,735	0,738	0,722	0,781	0,794	0,773
KENT	0,779	0,784	0,743	0,673	0,67	0,698	0,746	0,723	0,944	0,78	0,754
KONFRT	0,643	0,554	0,532	0,347	0,565	0,516	0,497	0,506	0,664	0,562	0,538
MERKO	0,741	0,477	0,542	0,468	0,507	0,542	0,552	0,637	0,84	0,742	0,604
PNSUT	0,737	0,815	0,728	0,658	0,677	0,576	0,603	0,705	0,73	0,703	0,693
TATKS	0,511	0,446	0,531	0,579	0,484	0,584	0,49	0,473	0,488	0,463	0,504
TUKAŞ	0,376	0,423	0,598	0,668	0,635	0,581	0,698	0,692	0,767	0,838	0,627
ÜLKER	0,477	0,605	0,721	0,603	0,547	0,392	0,444	0,383	0,496	0,412	0,508
VANET	0,28	0,304	0,621	0,454	0,462	0,503	0,413	0,449	0,147	0,328	0,396
SEKTÖR ORT.	0,604	0,587	0,616	0,586	0,595	0,558	0,564	0,586	0,667	0,627	0,599

Çizelge-44 incelendiğinde, yıllar itibariyle sektörün toplam borçlarının aktiflere oranının 0,60 civarında seyrettiği göze çarpmaktadır. Yani, gıda sektörü firmaları varlıklarının ortalama yüzde 60'ını borçla finanse etmektedirler. Bu oran Türkiye şartlarında kabul edilebilir seviyededir. Tat Konserve, Ülker ve Vanet firmaları genellikle toplam varlıklarının yarısından fazlasını özsermaye ile finanse etmektedir. Diğer firmalar ise, genellikle toplam varlıklarının yarısından fazlasını borçla finanse etmektedir. Dolayısıyla, Tat Konserve, Ülker ve Vanet, diğer gıda sektörü firmalarına göre daha az risk içermektedirler. Ancak, varlıklarının çoğunu borçla finanse eden firmaların kârlılık oranlarına da bakmak gerekir. Çünkü, böylece bu firmalardan hangilerinin borcun kaldıraç etkisinden yararlandığı tespit edilebilir.

Kent Gıda, Konfrut Gıda, Frigo-Pak Gıda, Merko Gıda ve Pınar Süt çok yüksek oranlı borç kullanımı ile ilk sıralarda yer almaktadırlar. Bu firmaların sermaye yapılarını düzeltmeleri, orta ve uzun vadede firma için daha yararlıdır.

Çizelge-44'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 10'da da sunulmuştur.



Şekil 10. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Toplam Borçlarının Aktiflere Oranı

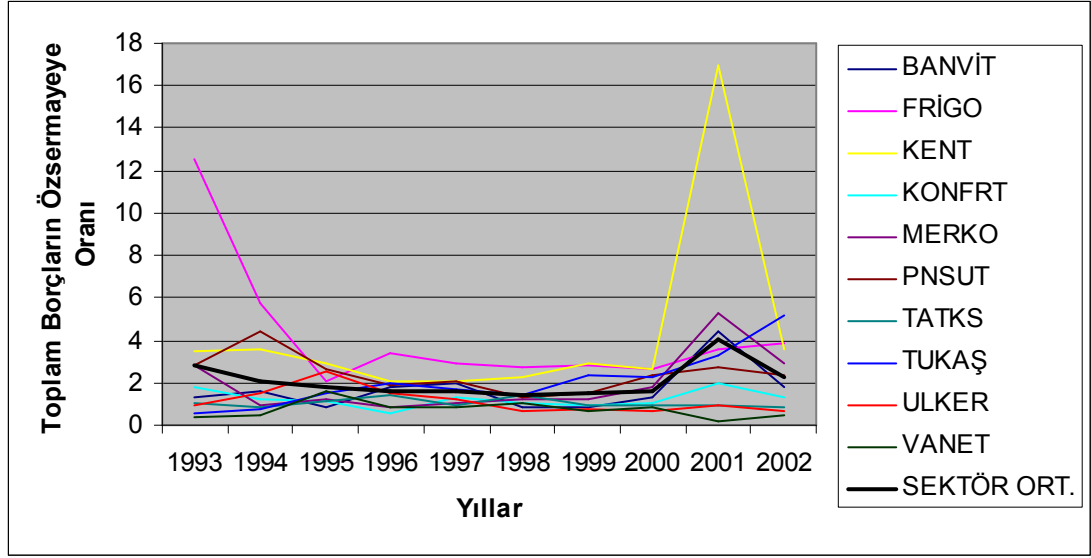
Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki toplam borçlarının özsermayeye oranları Çizelge-45'de sunulmaktadır.

Çizelge-45. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Toplam Borçlarının Özsermayeye Oranı

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	1,332	1,562	0,889	1,787	1,945	0,815	0,851	1,309	4,468	1,817	1,677
FRİGO	12,54	5,764	2,055	3,411	2,901	2,769	2,818	2,595	3,573	3,852	4,227
KENT	3,522	3,622	2,897	2,062	2,027	2,308	2,942	2,612	16,97	3,553	4,251
KONFRT	1,799	1,243	1,136	0,531	1,3	1,065	0,987	1,024	1,978	1,283	1,234
MERKO	2,867	0,913	1,186	0,881	1,027	1,183	1,231	1,757	5,254	2,876	1,917
PNSUT	2,804	4,392	2,67	1,923	2,092	1,361	1,517	2,391	2,7	2,372	2,422
TATKS	1,044	0,806	1,133	1,376	0,937	1,403	0,962	0,899	0,953	0,864	1,037
TUKAŞ	0,603	0,734	1,488	2,009	1,741	1,385	2,31	2,245	3,285	5,156	2,095
ULKER	0,911	1,532	2,589	1,516	1,208	0,646	0,797	0,621	0,986	0,701	1,150
VANET	0,389	0,436	1,64	0,833	0,86	1,012	0,703	0,814	0,172	0,488	0,734
SEKTÖR ORT.	2,781	2,100	1,768	1,633	1,604	1,395	1,512	1,627	4,034	2,296	2,075

Çizelge-45 incelendiğinde, yıllar itibariyle sektörün toplam borçlarının özsermayeye oranının 1.5 ile 2.5 arasında seyrettiği ve büyük dalgalanmalar gösterdiği göze çarpmaktadır. Sektör oranlarının çok yüksek seyretmesi, Kent Gıda, Frigo Pak Gıda gibi birkaç firmadan kaynaklanmaktadır. Diğer firmaların toplam borçlarının özsermayeye oranlarının genellikle 1.5 civarındadır. Bu, ülke şartlarında sürdürülebilir bir orandır. Toplam borçlar özsermaye ile karşılaştırıldığında en riskli firmaların Frigo Pak Gıda ve Kent Gıda olduğu, en risksiz firmaların ise, Ülker ve Vanet firmaları olduğu açıkça görülebilmektedir.

Çizelge-45'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 11'de de sunulmuştur.



Şekil 11. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Toplam Borçlarının Özsermayeye Oranı

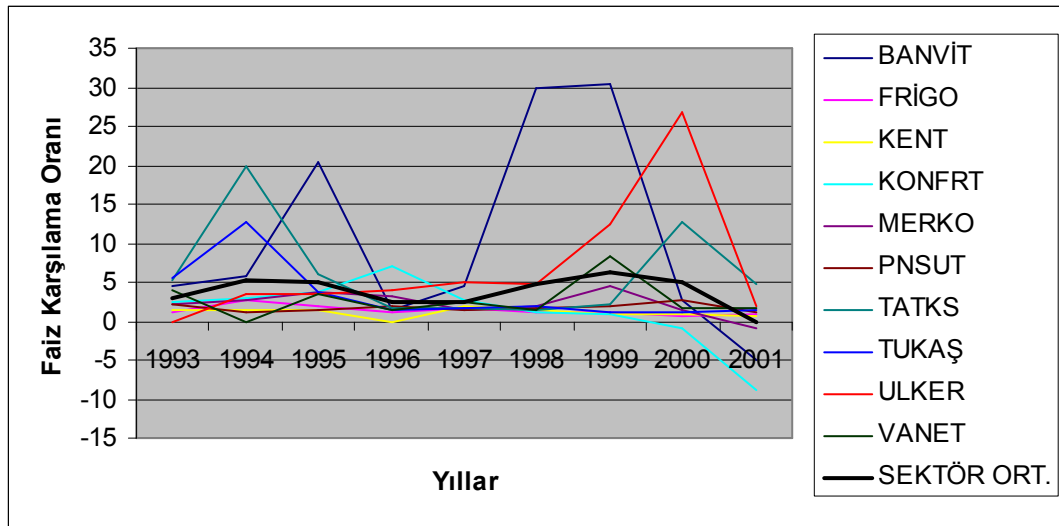
Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki faiz karşılama oranları Çizelge-46'de sunulmaktadır.

Çizelge-46. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Faiz Karşılama Oranları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	4,598	5,829	20,398	1,301	4,483	29,777	30,512	2,63	-5,076	3,205	9,765
FRİGO	1,152	2,668	1,955	1,184	1,549	1,27	1,129	0,558	0,917	0,315	1,269
KENT	1,366	1,383	1,453	0	1,907	1,361	0,796	0,958	0,654	1,71	1,158
KONFR T	2,327	2,994	3,77	6,946	2,678	1,209	1,002	0,869	-8,859	-0,611	1,058
MERKO	2,216	2,627	3,596	3,248	1,507	1,834	4,556	1,349	-0,861	-0,575	1,949
PNSUT	2,06	1,048	1,284	2,023	1,471	1,563	1,968	2,578	1,104	1,208	1,630
TATKS	5,166	19,889	5,993	1,547	1,783	1,407	2,055	12,57	4,825	21,584	7,681
TUKAŞ	5,498	12,664	3,846	1,478	1,542	2,048	1,093	1,198	1,468	1,182	3,201
ULKER	0	3,512	3,439	4,087	4,889	4,763	12,317	26,9	1,834	2,555	6,429
VANET	4,076	0	3,477	1,498	2,564	1,408	8,375	1,634	1,597	-5502	-
SEKTÖR ORT.	2,846	5,261	4,921	2,331	2,437	4,664	6,380	4,951	-0,240	547,143	51,3592

Çizelge-46 incelendiğinde, sektörün faiz karşılama oranının yıllar itibariyle büyük farklılıklar gösterdiği ve istikrarın olmadığı göze çarpmaktadır. Ancak, gıda sektöründeki firmalarda bu oranın genellikle uluslar arası standartların (7 kez) çok altında kaldığını söylemek mümkündür. Özellikle son yıllarda, firmaların faiz karşılama oranları büyük dalgalanmalar göstermiştir. Yine, son yıllarda firmaların faiz karşılama oranlarına ilişkin riski de artmıştır. Firmaların bu durumu göz önüne almaları gerekir. Faiz karşılama oranı açısından en riskli firmalar Frigo-Pak Gıda ve Kent Gıda'dır. Tat Konserve ve Banvit ise, bu açıdan çok düşük risk taşıyan firmalar olarak nitelendirilebilir.

Çizelge-46'daki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 12'de de sunulmuştur.



Şekil 12. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Faiz Karşılama Oranları

Genel olarak, gıda sektörünün kaldıraç oranları incelendiğinde, firmaların bir kaç hariç, diğer tüm firmaların varlıklarının yarısından fazlasını borçla finanse ettiği ve bu borçların faizlerini geri ödemedeki güçlükler yaşayabileceğini söylemek mümkündür. Gıda sektöründeki bu durum, çok büyük bir risk arz etmemekle birlikte, ihtiyatlı olmakta fayda bulunmaktadır.

3.2.3. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Faaliyet Oranları

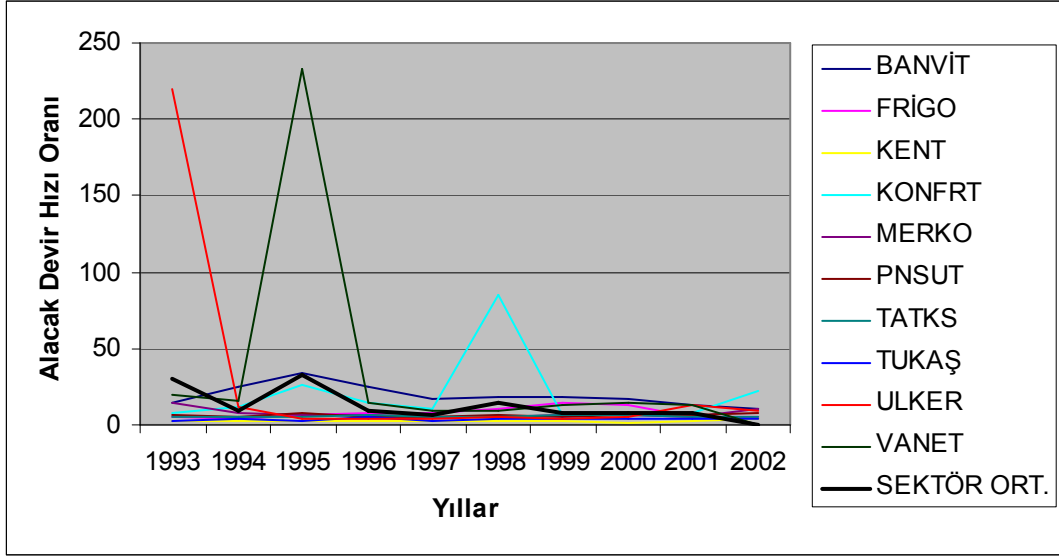
Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki alacak devir hızı oranları Çizelge-47'de sunulmaktadır.

Çizelge-47.Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Alacak Devir Hızı Oranları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	14,825	24,606	33,414	24,285	17,078	18,586	17,944	17,208	12,865	10,068	19,088
FRİGO	4,911	4,347	6,878	8,228	7,668	9,887	14,882	13,049	5,683	5,882	8,142
KENT	3,09	2,112	2,904	3,259	2,904	2,057	2,169	1,816	2,42	3,682	2,641
KONFRT	7,674	12,19	26,329	14,642	10,198	85,391	7,132	7,201	7,581	21,676	20,001
MERKO	14,258	7,967	6,592	6,385	5,182	4,69	6,006	7,099	5,378	10,15	7,371
PNSUT	6,828	5,631	7,805	5,55	5,868	6,454	5,652	6,497	6,415	7,764	6,446
TATKS	4,991	5,299	5,15	6,041	5,648	5,288	6,097	5,977	4,967	5,469	5,493
TUKAŞ	2,951	3,283	3,252	4,586	3,082	3,448	3,506	3,328	3,284	4,039	3,476
ULKER	219,35	11,158	3,73	4,462	4,232	5,384	3,645	5,119	13,334	9,258	27,967
VANET	19,256	16,125	233,11	14,842	8,742	8,539	12,705	14,823	13,318	3,41	37,940
SEKTÖR ORT.	29,814	9,2718	32,916	9,228	7,0602	14,972	7,9738	8,2117	7,5245	8,139	14,108

Çizelge-47 incelendiğinde, sektörün alacak devir hızı oranının genellikle 7-9 kez arasında seyrettiği göze çarpmaktadır. Sektöre göre, alacakları tahsil etme kabiliyeti en iyi olan firmalar, Banvit ve Vanet firmalarıdır. Alacakları tahsil etme kabiliyeti kötü olan firmalar ise, Kent Gıda, Pınar Süt, Tat Konserve ve Tukaş'tır. Bu firmaların sektörde rekabet edebilmeleri için, alacakları tahsil kabiliyetlerini geliştirmeleri gerekir. Ayrıca, alacakların zamanda tahsil edilememesi orta ve uzun vadede firmalar için bazı riskler doğurabilir.

Çizelge-47'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 13'de de sunulmuştur.



Şekil 13. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Alacak Devir Hızı Oranları

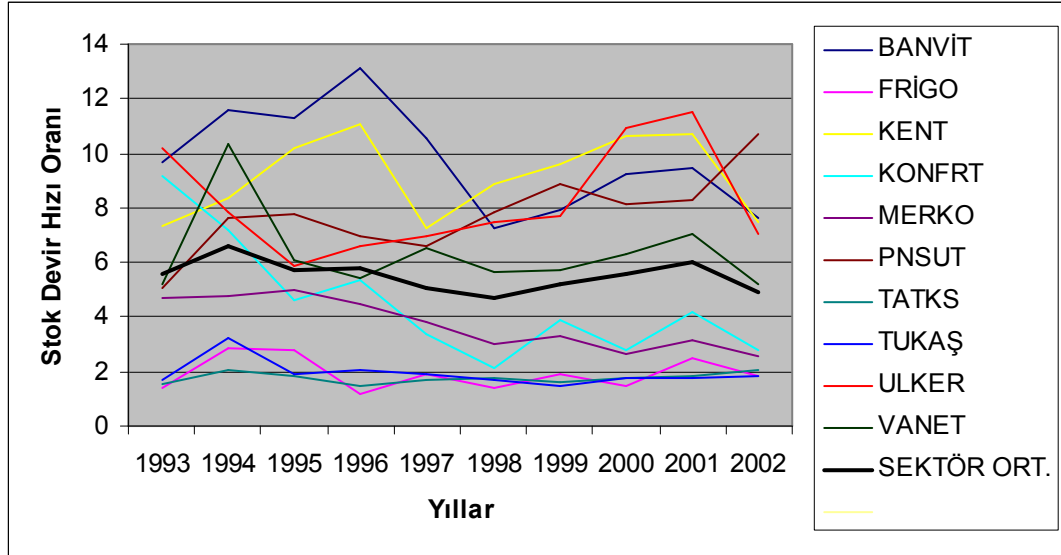
Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki stok devir hızı oranları Çizelge-48'de sunulmaktadır.

Çizelge-48. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Stok Devir Hızı Oranları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	9,668	11,591	11,306	13,132	10,576	7,234	7,915	9,236	9,451	7,635	9,774
FRİGO	1,370	2,854	2,761	1,206	1,939	1,388	1,871	1,447	2,516	1,827	1,918
KENT	7,308	8,361	10,154	11,047	7,288	8,848	9,603	10,602	10,694	7,510	9,142
KONFRT	9,187	7,174	4,631	5,354	3,398	2,144	3,891	2,800	4,142	2,764	4,549
MERKO	4,667	4,782	4,982	4,484	3,834	2,986	3,304	2,649	3,138	2,552	3,738
PNSUT	5,026	7,598	7,785	6,965	6,584	7,876	8,902	8,154	8,253	10,682	7,783
TATKS	1,507	2,052	1,799	1,434	1,716	1,764	1,622	1,733	1,810	2,075	1,751
TUKAŞ	1,655	3,228	1,923	2,033	1,925	1,711	1,498	1,782	1,762	1,812	1,933
ULKER	10,219	7,815	5,848	6,581	6,978	7,506	7,666	10,958	11,539	7,047	8,216
VANET	5,186	10,330	6,076	5,439	6,558	5,649	5,702	6,275	7,039	5,171	6,343
SEKTÖR ORT.	5,579	6,579	5,727	5,768	5,080	4,711	5,197	5,564	6,034	4,908	5,515

Çizelge-48 incelendiğinde, sektörün stok devir hızı oranının 5 kez civarında seyrettiği göze çarpmaktadır. Sektöre göre, stokları hızlı eritme performansı en iyi olan firmalar, Banvit, Kent, Ülker ve firmalarıdır. Stokları hızlı eritme performansı kötü olan firmalar ise, Frigo Pak Gıda, Tat Konserve ve Tukaş'tır. Bu firmaların sektörde rekabet edebilmeleri için, stokları hızlı eritme performanslarını arttırmaları gerekir. Ayrıca, stokların hızlı bir şekilde eritilememesi orta ve uzun vadede firmalar için önemli riskler doğurabilir.

Çizelge-48'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 14'de de sunulmuştur.



Şekil 14. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Stok Devir Hızı Oranları

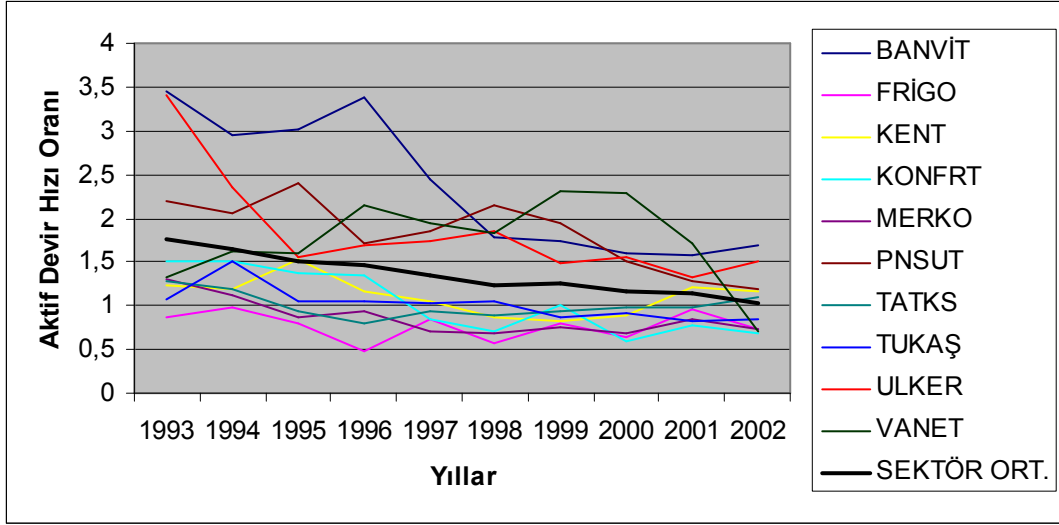
Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki aktif devir hızı oranları Çizelge-49'da sunulmaktadır.

Çizelge-49. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Aktif Devir Hızı Oranları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	3,458	2,946	3,027	3,383	2,438	1,79	1,743	1,606	1,586	1,694	2,367
FRİGO	0,868	0,975	0,792	0,486	0,857	0,565	0,802	0,638	0,961	0,73	0,767
KENT	1,24	1,199	1,524	1,161	1,056	0,864	0,824	0,896	1,207	1,162	1,113
KONFRİT	1,512	1,514	1,364	1,358	0,841	0,699	1,002	0,604	0,781	0,69	1,036
MERKO	1,305	1,121	0,871	0,943	0,719	0,694	0,743	0,683	0,839	0,729	0,864
PNSUT	2,185	2,059	2,41	1,713	1,861	2,152	1,932	1,498	1,287	1,19	1,828
TATKS	1,287	1,198	0,933	0,798	0,935	0,899	0,942	0,98	0,985	1,092	1,004
TUKAŞ	1,065	1,508	1,041	1,06	1,025	1,043	0,86	0,922	0,821	0,857	1,020
ULKER	3,415	2,356	1,543	1,696	1,748	1,841	1,492	1,547	1,321	1,507	1,846
VANET	1,321	1,633	1,592	2,141	1,934	1,833	2,307	2,275	1,724	0,715	1,747
SEKTÖR ORT.	1,7656	1,651	1,51	1,4739	1,341	1,238	1,265	1,1649	1,1512	1,037	1,35976

Çizelge-49 incelendiğinde, sektörün aktif devir hızı oranınının 1-1,5 kez arasında seyrettiği göze çarpmaktadır. Aktif devir hızı özsermaye kârlılığını etkileyen önemli oranlardan biridir. Bundan dolayı, her zaman kontrol altında tutulması gereken bir orandır. Aktif devir hızı sektörden daha yüksek olan firmaların başında, Banvit, Ülker, Pınar Süt ve Vanet firmaları gelmektedir. Frigo Pak Gıda, Konfrut Gıda ve Merko Gıda, Tat Konserve ve Tukaş firmaları ise, aktif devir hızı sektör ortalamalarının genellikle altında olan firmalardır. Bu firmalar özsermaye kârlılığını arttırabilmek amacıyla, aktif devir hızlarını sürekli kontrol altında tutmalıdırlar.

Çizelge-49'daki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 15'de de sunulmuştur.



Şekil 15. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Aktif Devir Hızı Oranları

Genel olarak, gıda sektörünün faaliyet oranları incelendiğinde, yine birkaç firma dışında, tüm firmaların faaliyet oranlarının sürdürülebilir seviyelerde olduğunu söylemek mümkündür.

3.2.4. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Kârlılık Oranları

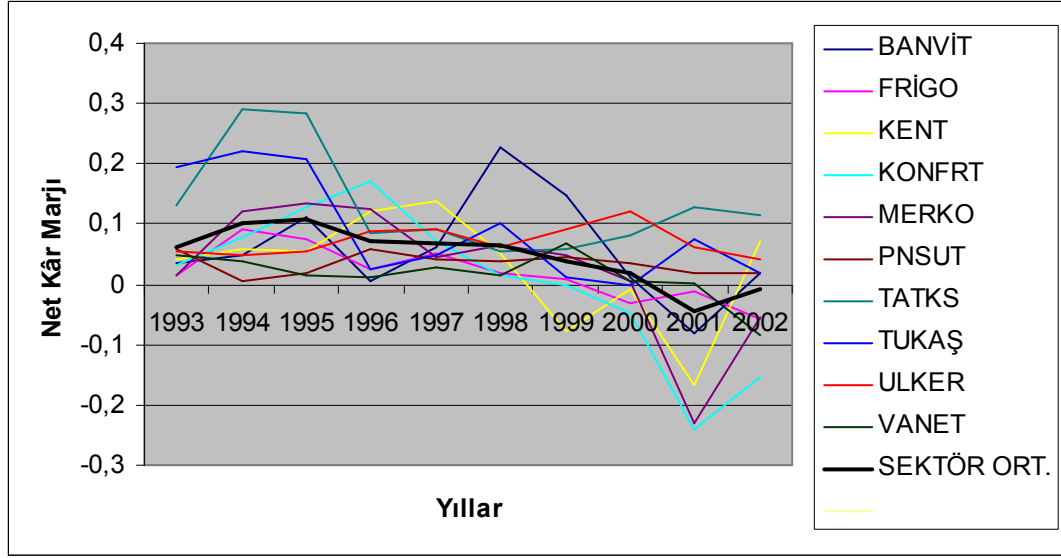
Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki net kâr marjları Çizelge-50'de sunulmaktadır.

Çizelge-50. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Net Kâr Marjları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	0,034	0,047	0,111	0,004	0,06	0,227	0,147	0,011	-	0,018	0,058
FRİGO	0,014	0,093	0,074	0,025	0,053	0,017	0,008	-	-	-	0,018
KENT	0,042	0,058	0,056	0,12	0,138	0,051	0,077	-	-	0,167	0,029
KONFRUT	0,033	0,078	0,128	0,17	0,073	0,016	0	-	-	-	0,006
MERKO	0,016	0,121	0,135	0,126	0,045	0,066	0,05	0,005	-0,23	0,055	0,028
PNSUT	0,059	0,004	0,019	0,059	0,042	0,04	0,045	0,035	0,018	0,017	0,034
TATKS	0,131	0,29	0,283	0,085	0,092	0,055	0,057	0,081	0,129	0,115	0,132
TUKAŞ	0,193	0,221	0,207	0,025	0,047	0,1	0,013	0	0,075	0,017	0,090
ULKER	0,054	0,047	0,055	0,088	0,093	0,063	0,091	0,12	0,063	0,042	0,072
VANET	0,048	0,038	0,015	0,011	0,028	0,015	0,068	0,006	0,002	-	0,015
SEKTÖR ORT.	0,062	0,100	0,108	0,071	0,067	0,065	0,040	0,017	0,044	0,007	0,048

Çizelge-50 incelendiğinde, sektörün net kâr marjının yüzde 5 ile yüzde 10 arasında seyrettiği göze çarpmaktadır. Gıda sektörü içinde, genellikle sektör ortalamasının üstünde net kâr marjına sahip olan firmaların Tat Konserve ve Tukaş olduğu dikkat çekmektedir. Bunların dışındaki diğer gıda firmalarının net kâr marjının genellikle sektör ortalamasının altında gerçekleştiği görülmektedir. Sektörde, en düşük net kâr marjına sahip firmaların başında Vanet, Frigo Pak Gıda, Konfrut Gıda ve Merko Gıda gelmektedir. Bu firmaların, net kâr marjlarını artırabilmelerini sağlayabilecek önlemler almasında fayda bulunmaktadır. Ayrıca, hesaplanan net kâr marjları, o dönemdeki fırsat maliyeti ile karşılaştırıldığında, oldukça düşüktür. Sektörün net kâr marjının çok düşük seviyelerde olması, sektörü de gelecekte çok zor durumda bırakabilir.

Çizelge-50'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 16'da da sunulmuştur.



Şekil 16. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Net Kâr Marjları

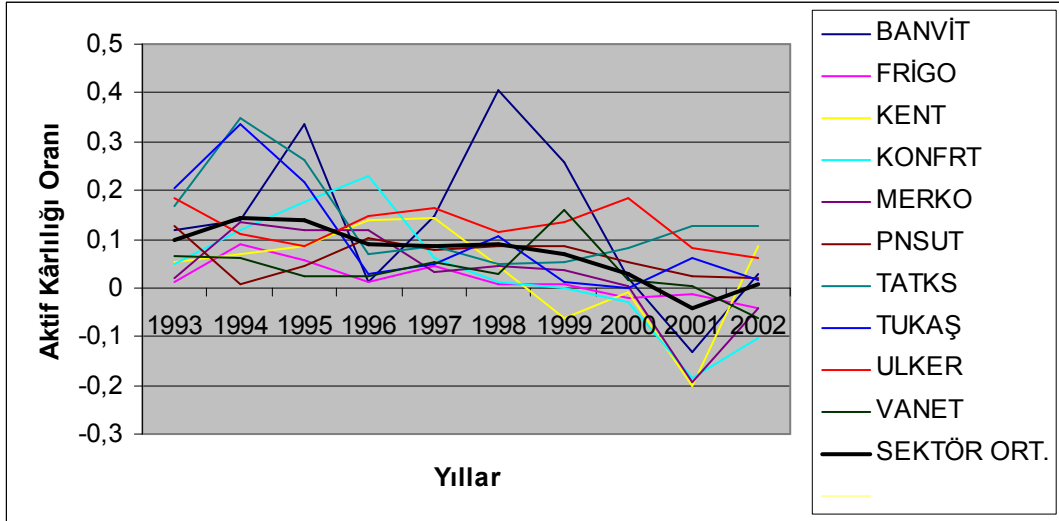
Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki aktif kârlılığı oranları Çizelge-51'de sunulmaktadır.

Çizelge-51. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Aktif Kârlılığı Oranları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	0,117	0,139	0,337	0,012	0,147	0,406	0,256	0,018	-0,13	0,03	0,133
FRİGO	0,012	0,091	0,058	0,012	0,045	0,009	0,007	-	-0,013	-0,042	0,015
KENT	0,052	0,07	0,086	0,14	0,145	0,044	-	-	-0,202	0,085	0,034
KONFRT	0,05	0,118	0,175	0,23	0,062	0,011	0	0,029	-0,187	-0,105	0,032
MERKO	0,02	0,135	0,118	0,119	0,032	0,046	0,037	0,003	-0,193	-0,04	0,027
PNSUT	0,128	0,008	0,046	0,102	0,079	0,087	0,087	0,052	0,023	0,02	0,063
TATKS	0,169	0,348	0,264	0,068	0,086	0,05	0,054	0,08	0,127	0,125	0,137
TUKAŞ	0,205	0,334	0,215	0,027	0,048	0,105	0,011	0	0,062	0,014	0,102
ULKER	0,185	0,111	0,084	0,149	0,163	0,115	0,136	0,186	0,083	0,063	0,127
VANET	0,064	0,062	0,023	0,024	0,054	0,028	0,158	0,014	0,004	-0,061	0,037
SEKTÖR ORT.	0,100	0,142	0,141	0,088	0,086	0,090	0,068	0,030	-0,043	0,009	0,0711

Çizelge-51 incelendiğinde, gıda sektörünün aktif kârlılığının her geçen yıl düştüğü göze çarpmaktadır. 1990'lı yılların başında yüzde 15 civarında olan gıda sektörü aktif kârlılığı, 2000'li yılların başında yüzde 3'lere, hatta negatif değerlere kadar gerilemiştir. Kârlılık oranlarının yıllar itibariyle bir düşüş trendinde olması, sektör açısından olumsuz bir gelişme olarak nitelendirilebilir. Aktif kârlılığı genellikle sektör ortalamasının üstünde seyreden firmaların başında Banvit, Ülker, Tat Konserve ve Tukaş gelirken, aktif kârlılığı genellikle sektör ortalamasının altında seyreden firmaların başında ise, Frigo Pak Gıda, Merko Gıda ve Kent Gıda gelmektedir.

Çizelge-51'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 17'de de sunulmuştur.



Şekil 17. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Aktif Kârlılığı Oranları

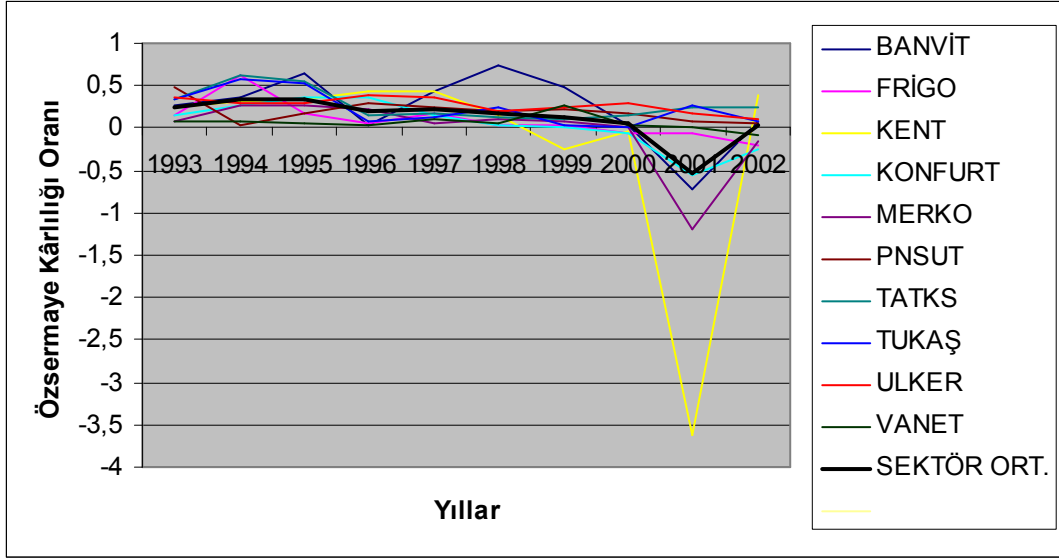
Gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 1993-2002 yılları arasındaki özsermaye kârlılığı oranları Çizelge-52'de sunulmaktadır.

Çizelge-52. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Özsermaye Kârlılığı Oranları

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Ort.
BANVİT	0,273	0,355	0,637	0,034	0,432	0,737	0,473	0,041	-	0,085	0,235
FRİGO	0,162	0,615	0,178	0,055	0,176	0,035	0,026	-0,07	-	0,203	0,092
KENT	0,236	0,323	0,334	0,428	0,44	0,145	-	0,251	-	0,387	0,162
KONFURT	0,14	0,264	0,374	0,353	0,142	0,022	-	0,001	-	0,241	0,044
MERKO	0,079	0,259	0,258	0,224	0,066	0,1	0,083	0,01	-	0,154	0,028
PNSUT	0,488	0,042	0,169	0,298	0,244	0,205	0,219	0,178	0,086	0,066	0,200
TATKS	0,345	0,628	0,562	0,162	0,167	0,119	0,106	0,151	0,248	0,234	0,272
TUKAŞ	0,329	0,579	0,536	0,08	0,132	0,25	0,038	0,001	0,265	0,088	0,230
ULKER	0,354	0,282	0,303	0,376	0,359	0,19	0,244	0,301	0,164	0,107	0,268
VANET	0,088	0,09	0,062	0,044	0,101	0,057	0,268	0,026	-	0,091	0,065
SEKTÖR ORT.	0,249	0,344	0,341	0,205	0,226	0,186	0,121	0,055	0,539	0,028	0,122

Çizelge-52 incelendiğinde, özsermaye kârlılığı oranlarının yıllar itibariyle bir trend izlemediği ancak yüksek seviyelerde seyrettiği göze çarpmaktadır. Sektörde, Frigo Pak Gıda ve Vanet dışındaki diğer tüm firmaların çok yüksek öz sermaye kârlılığı ile çalıştığı dikkat çekmektedir. Özsermaye kârlılığı, ortaklar yönünden büyük önem arz etmektedir. Çünkü, bu oran ortakların koyduğu sermayenin ne ölçüde verimli kullanıldığının en önemli göstergelerinden biridir.

Çizelge-52'deki verilen oranlar, görsel olarak Şekil 18'de de sunulmuştur.



Şekil 18. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 1993-2002 Yılları Arasındaki Özsermaye Kârlılığı Oranları

Genel olarak, gıda sektörünün kârlılık oranları incelendiğinde, öz sermaye kârlılığı dışındaki diğer oranların çok düşük olduğu, gıda sektöründe verimin daha da arttırılabilmesi için net kâr marjı ve aktif kârlılığı oranlarının daha da yukarı çekilmesi gerektiği görülmektedir. Çünkü, bu durumda, Du-Pont kontrol sistemi gereği öz sermaye kârlılığı da arttırılabilecektir.

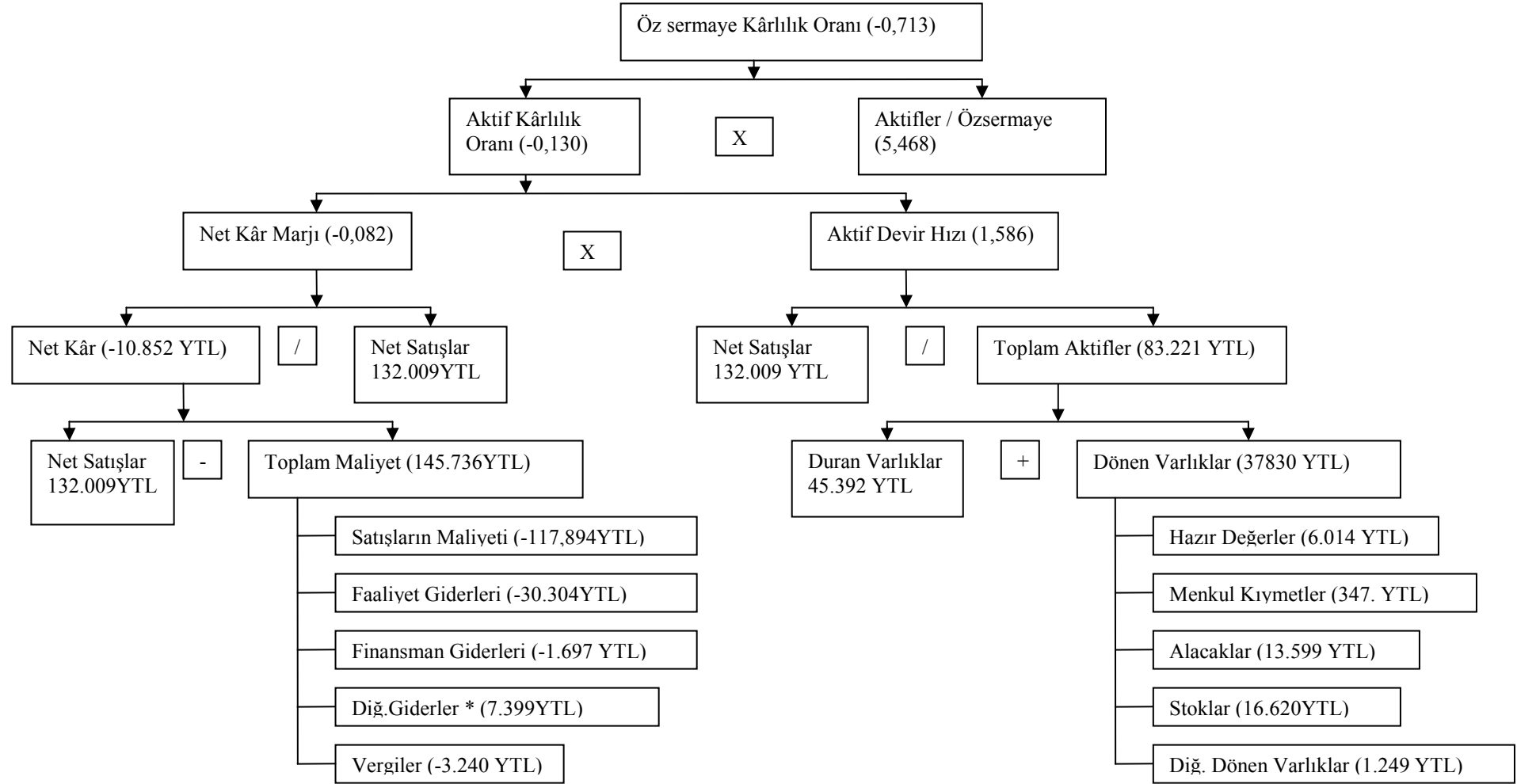
Finansal oranların tamamı göz önüne alındığında, finansal performansı en yüksek gıda firmalarının, Banvit, Tat Konserve, Ülker ve Vanet firmaları olduğu görülmektedir. Finansal performansı en düşük olan gıda firmaları ise, Frigo Pak Gıda, Merko Gıda ve Konfrut Gıda'dır. Kent Gıda, Pınar Süt ve Tukaş firmalarının performansını ise, sektöre uyumlu olarak nitelendirmek mümkündür.

3.3. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) İşlem Gören Bazı Firmaların 2001-2002 Yıllarında Özsermaye Kârlılığı Oranlarında Yaşanan Değişimin Du-Pont Malî Kontrol Sistemi ile Analizi

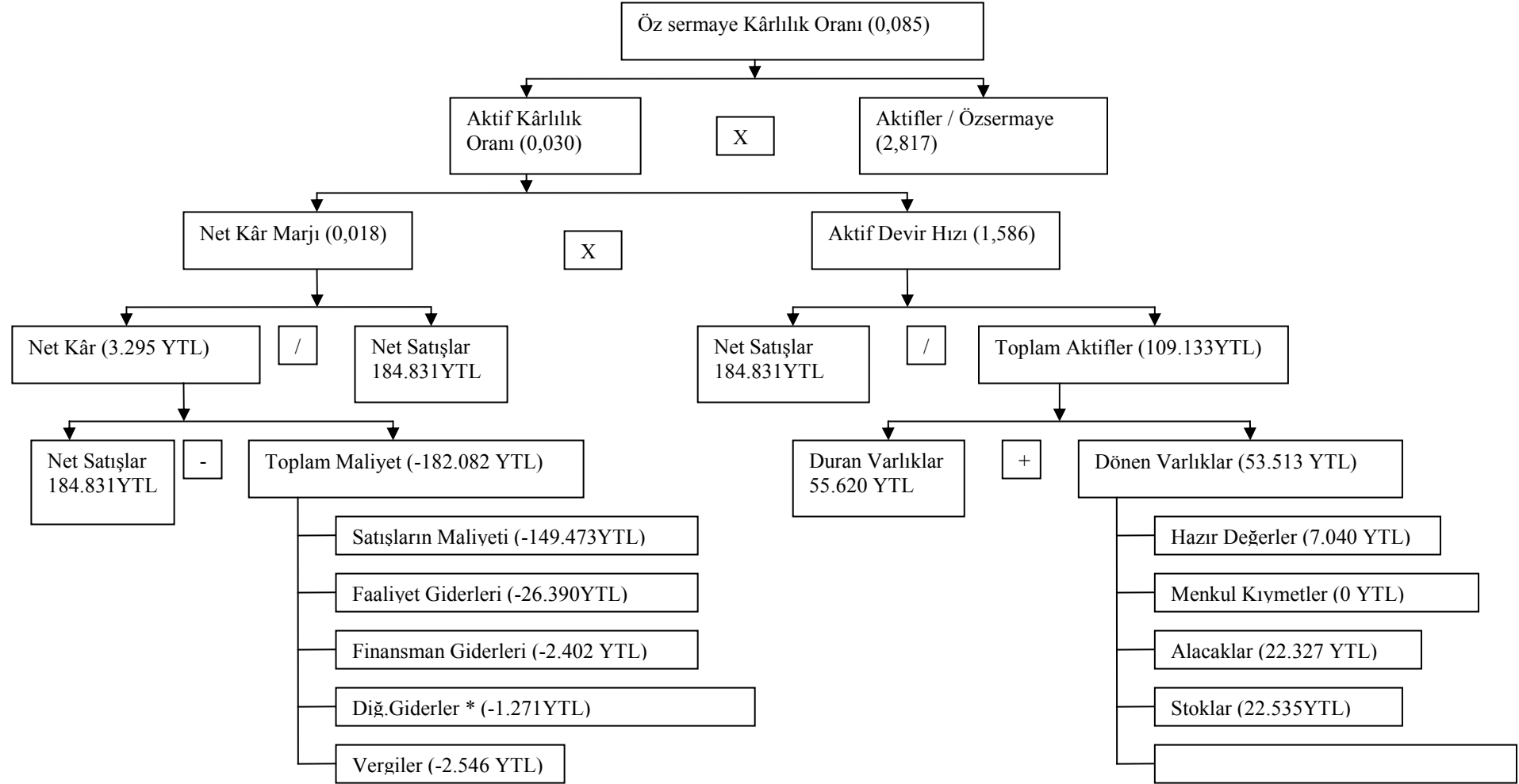
Çalışmanın bu kısmında, gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören bazı firmaların 2001-2002

yıllarında özsermaye kârlılığı oranlarında yaşanan olumlu, ya da olumsuz yöndeki değişimlerin Du-Pont kontrol Sistemi ile analiz edilebilmesi için, her bir firmanın Du-Pont Kontrol Şeması hazırlanmış ve Şekil 19, Şekil 20, Şekil 21, Şekil 22, Şekil 23, Şekil 24, Şekil 25, Şekil 26, Şekil 27, Şekil 28, Şekil 29, Şekil 30, Şekil 31, Şekil 32, Şekil 33, Şekil 34, Şekil 35, Şekil 36, Şekil 37 ve Şekil 38’de sunulmuştur.

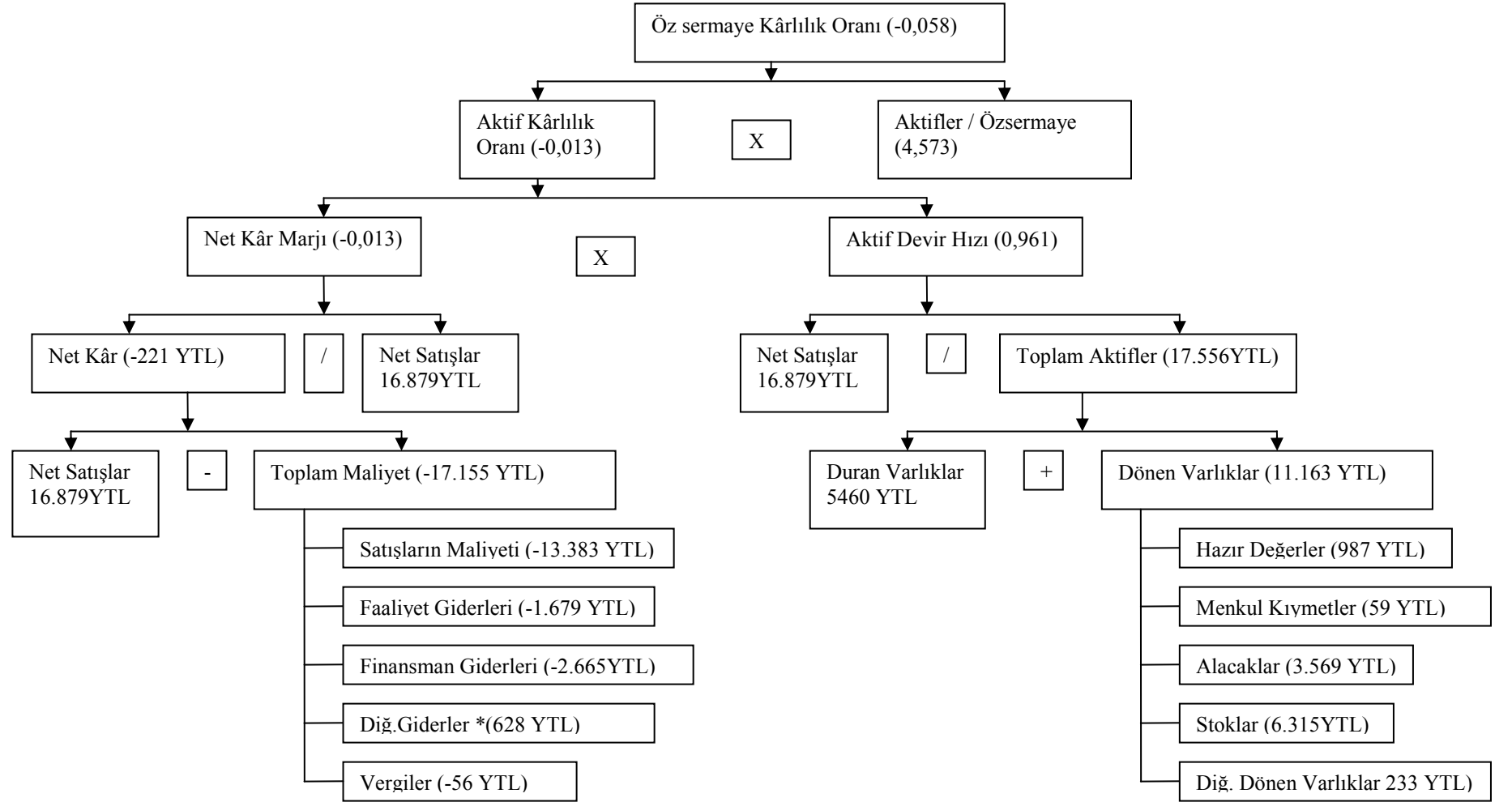
Şekil 19..Banvit Firmasının 2001 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



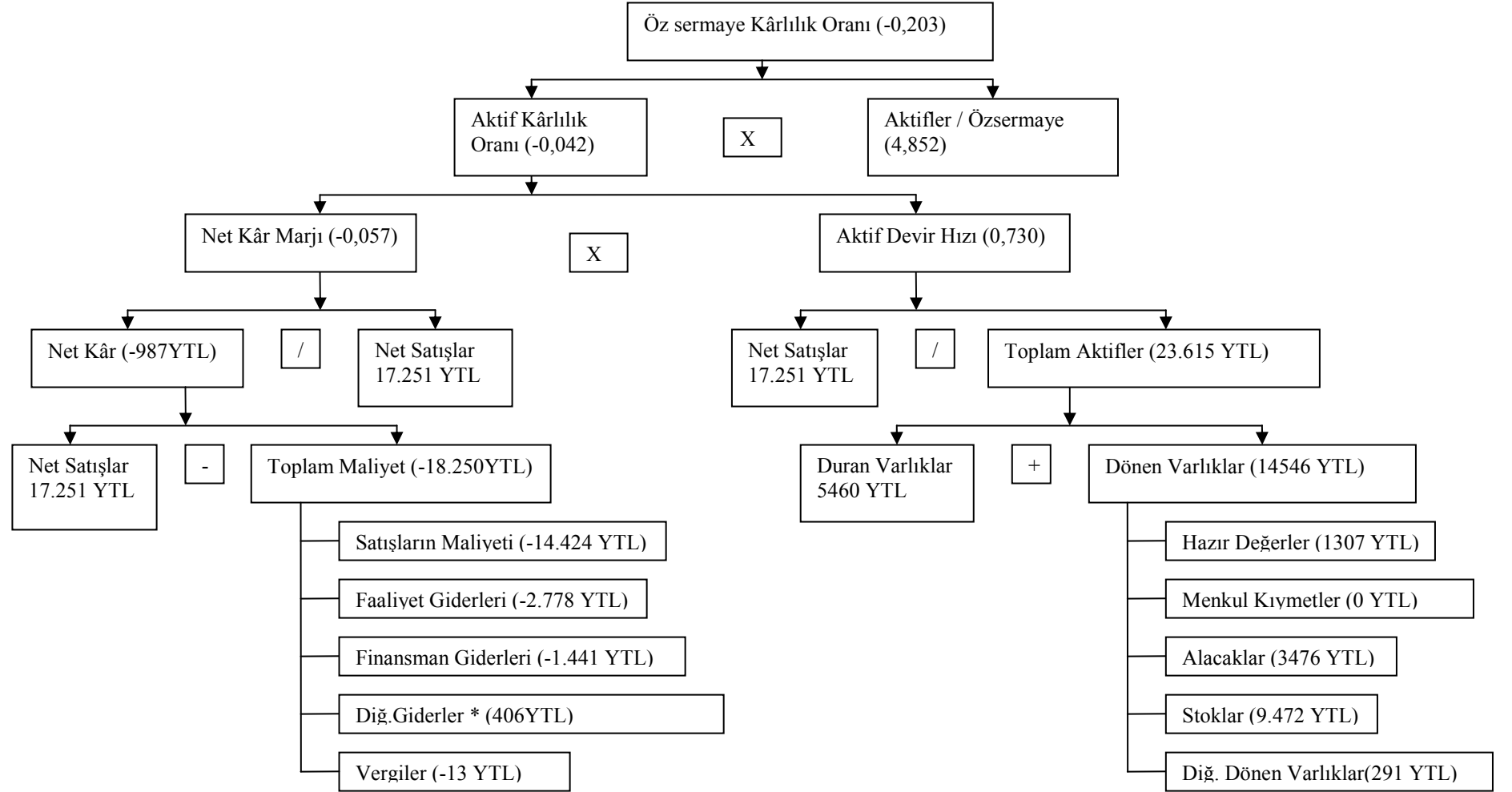
Şekil 20. Banvit Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



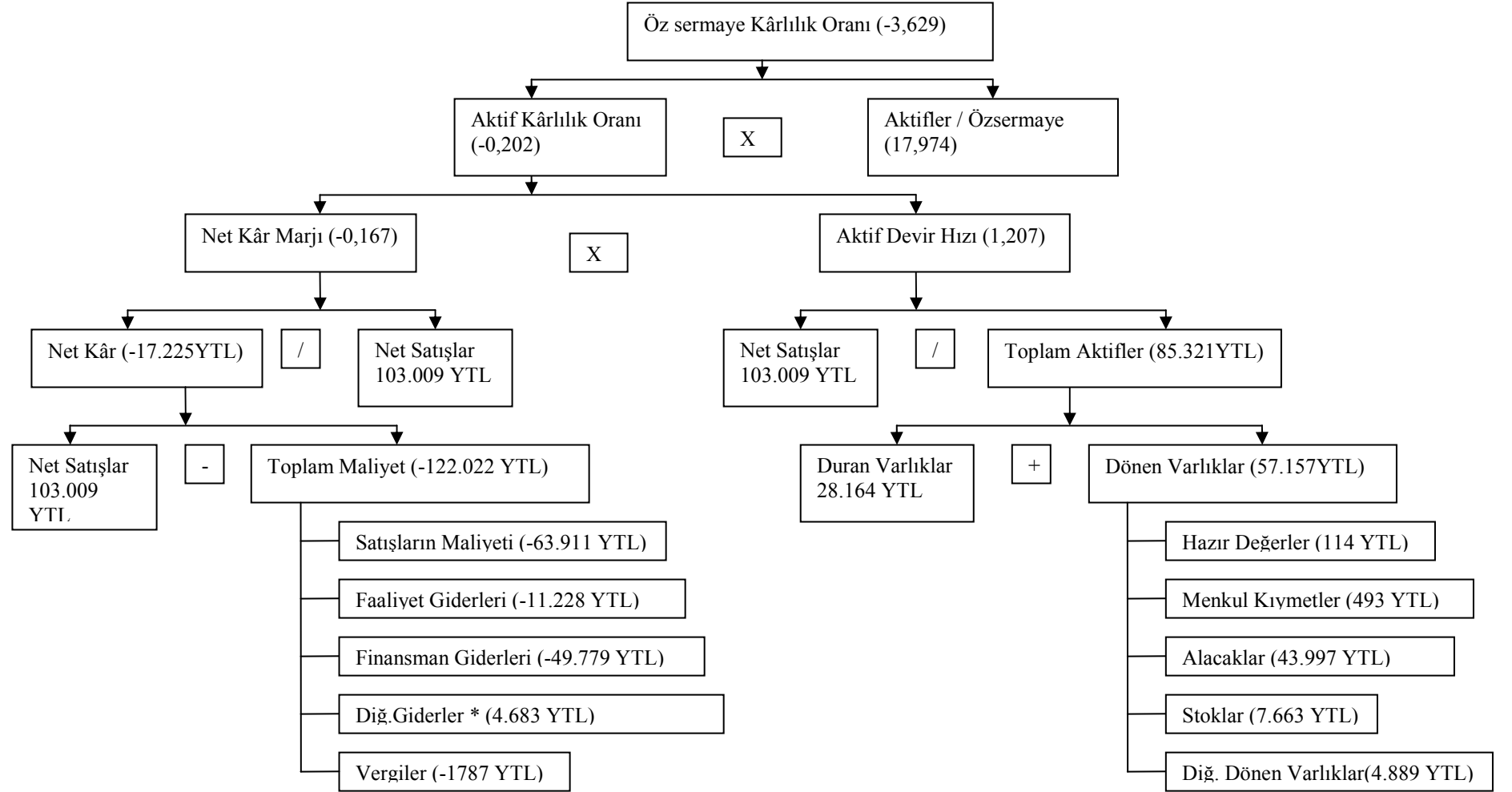
Şekil 21.Frigo Pak Gıda Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması



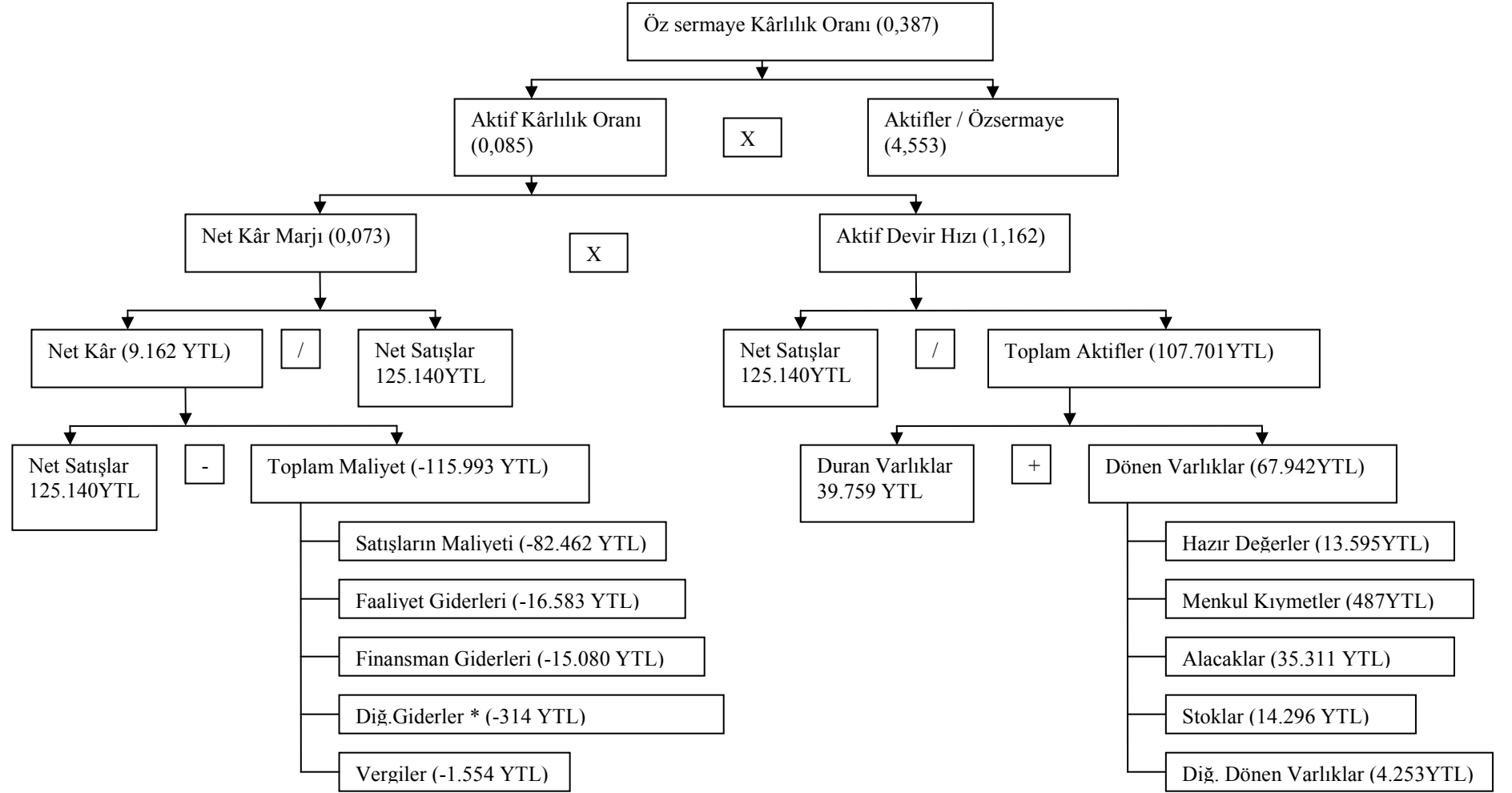
Şekil 22. Frigo Pak Gıda Firmasının 2002 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



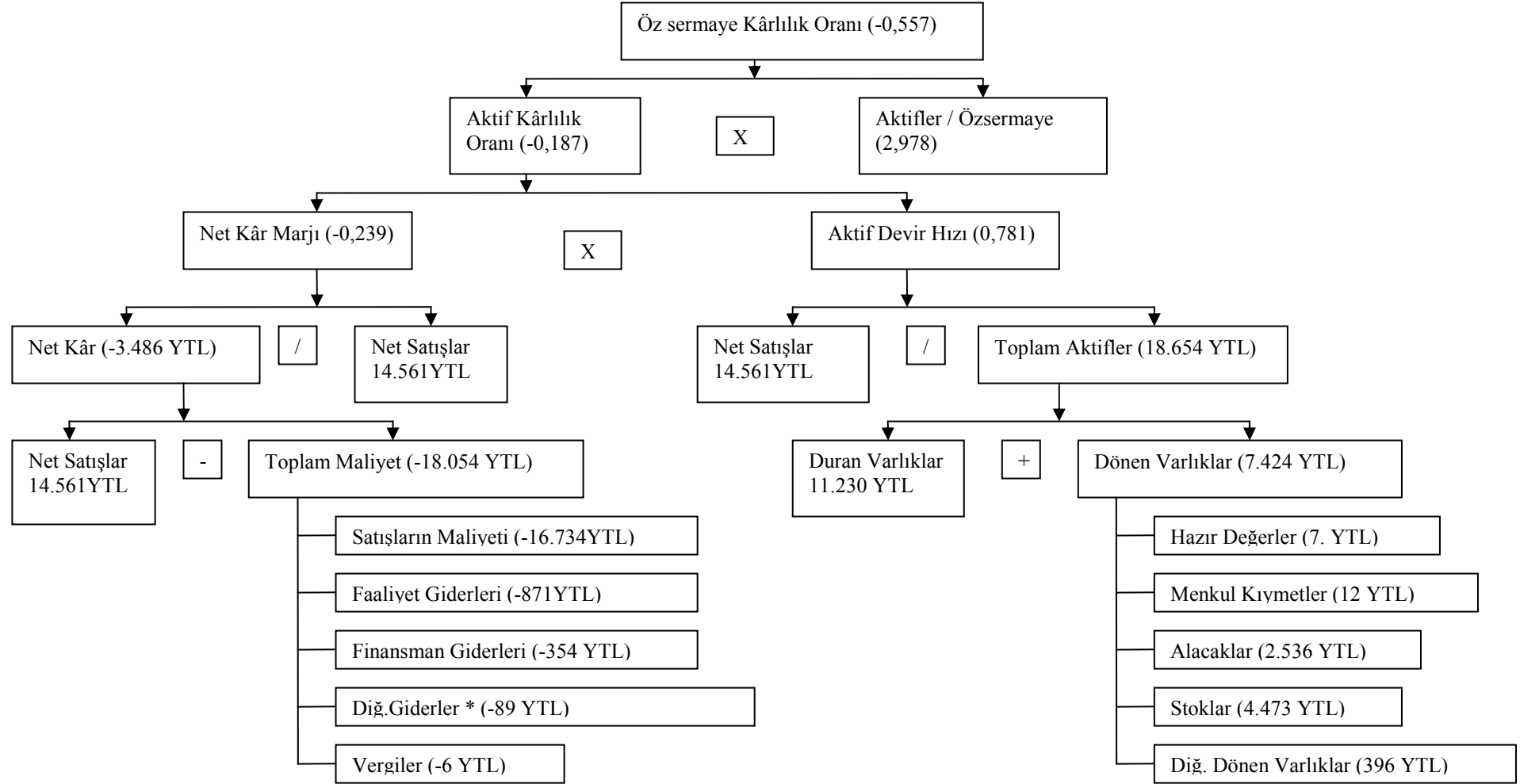
Şekil 23. Kent Gıda Firmasının 2001 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



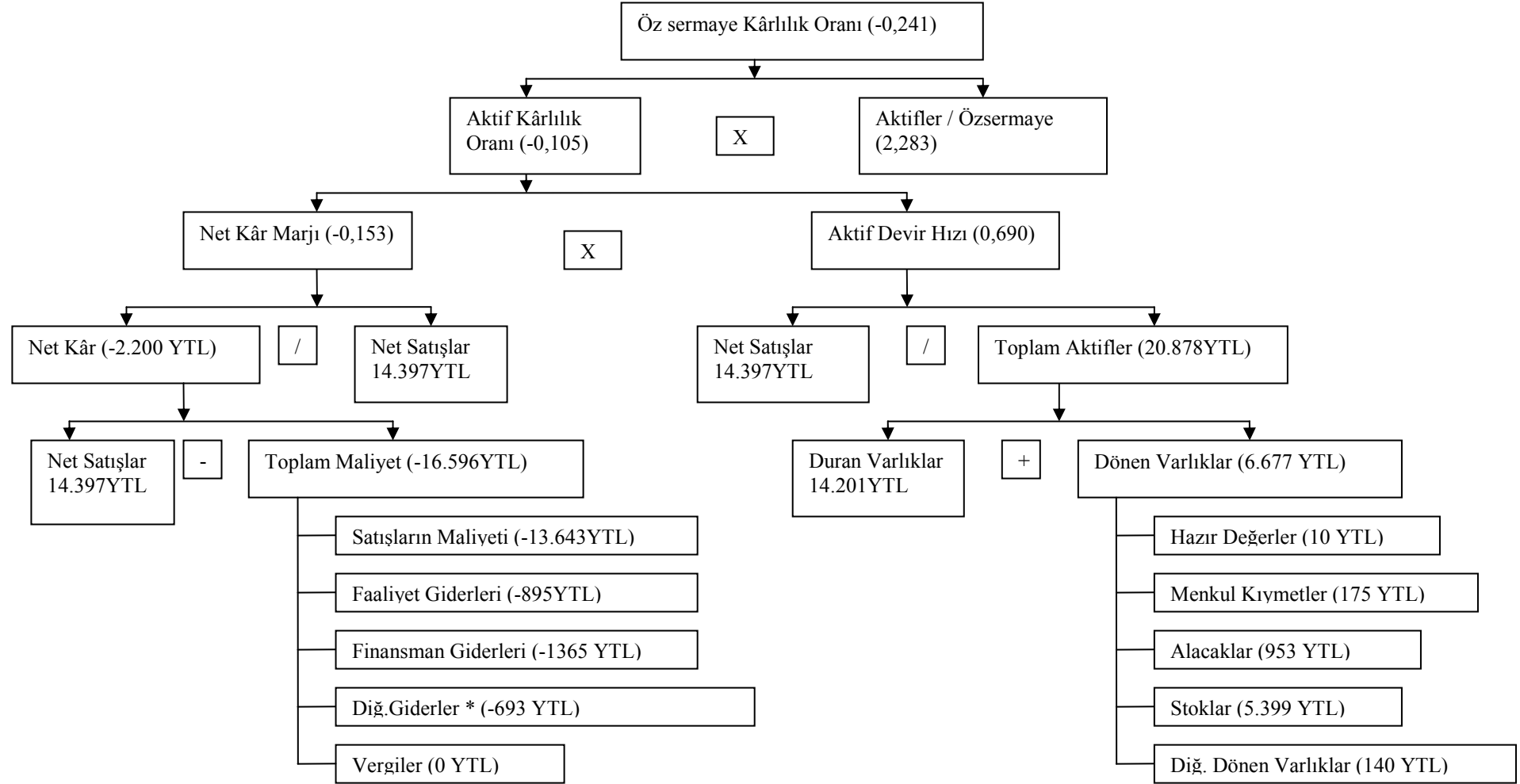
Şekil 24. Kent Gıda Firmasının 2002 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



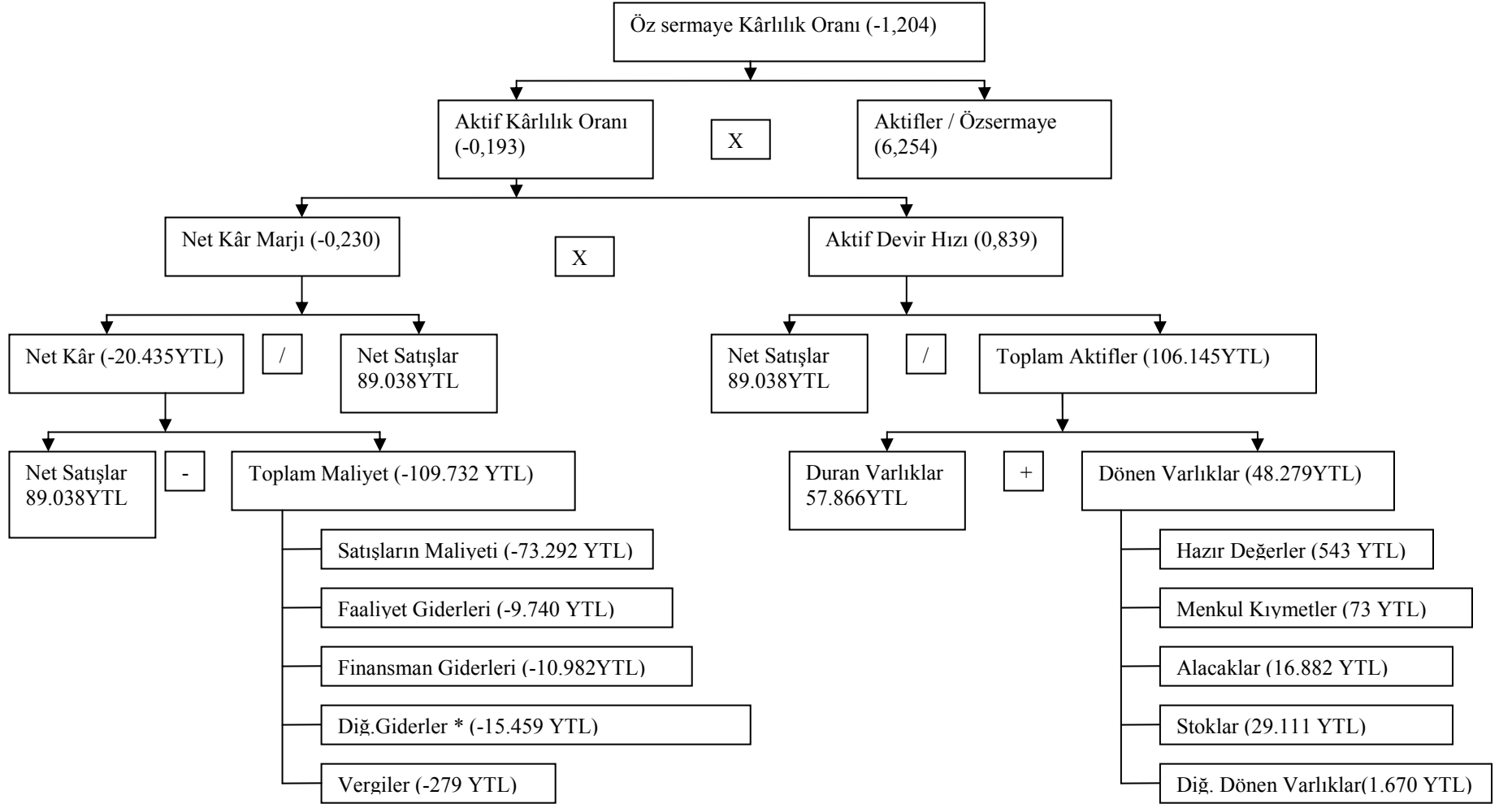
Şekil 25. Konfrut Gıda Firmasının 2001 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



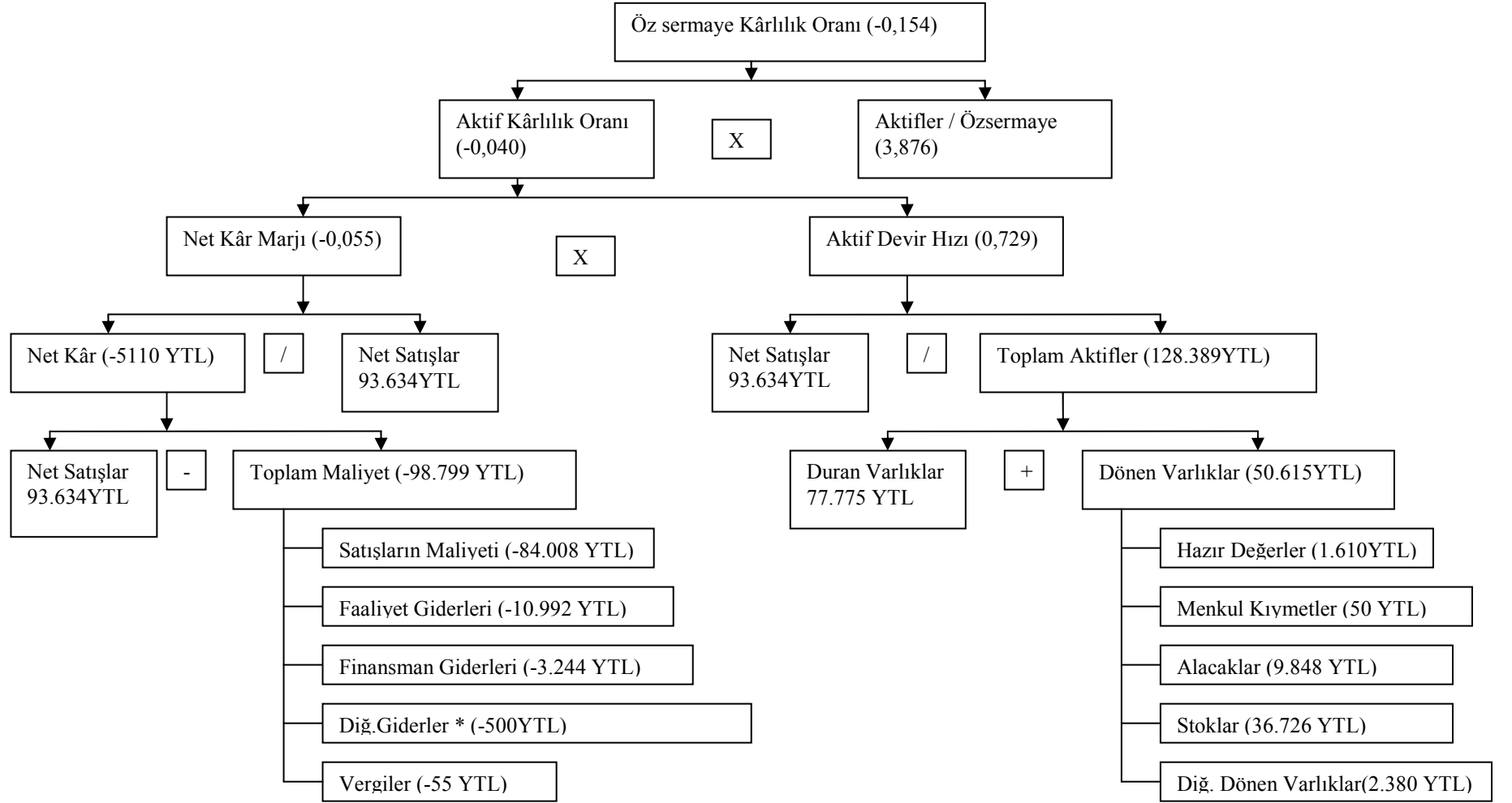
Şekil 26..Konfrut Gıda Firmasının 2002 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



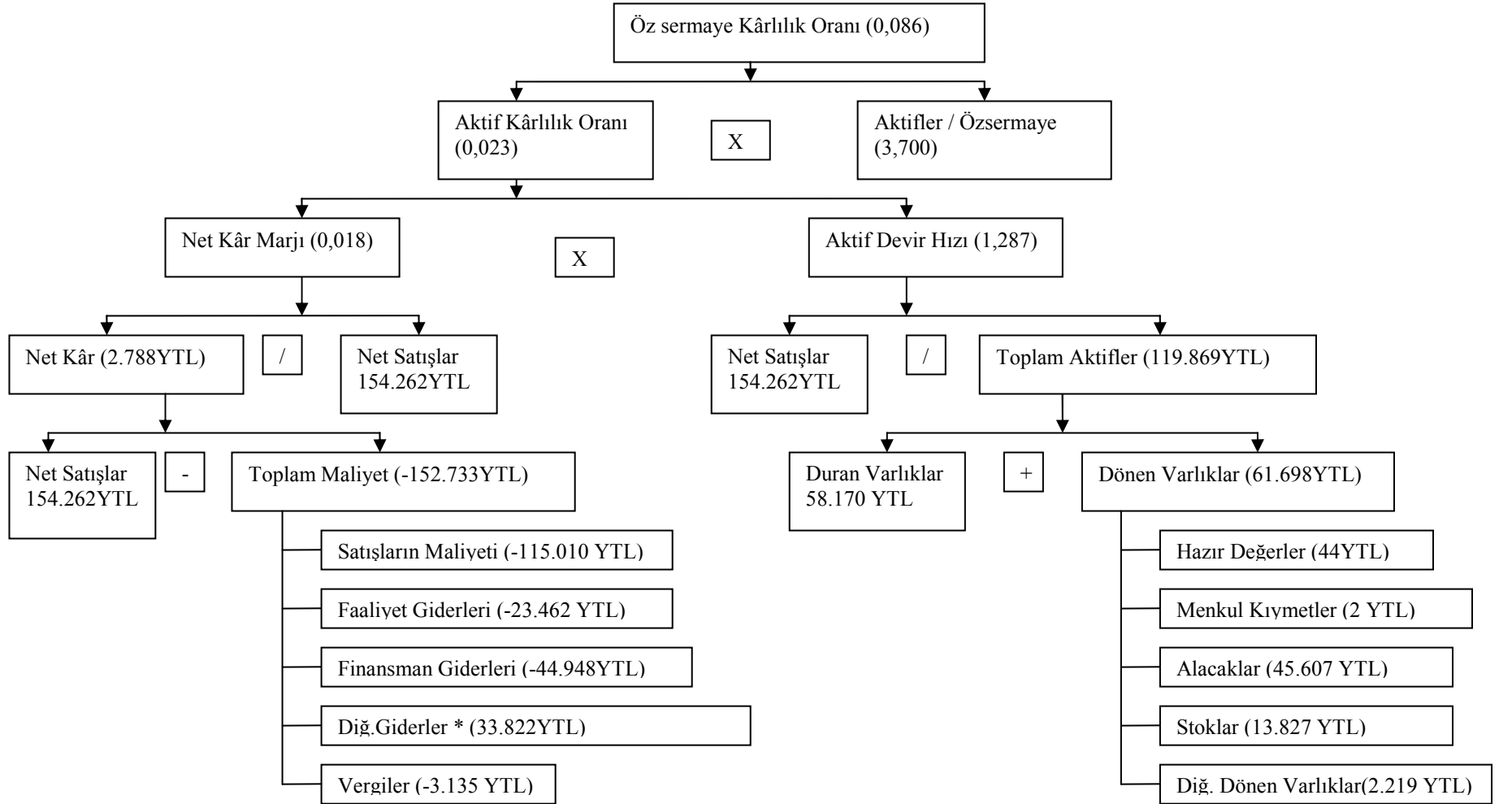
Şekil 27. Merko Gıda Firmasının 2001 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



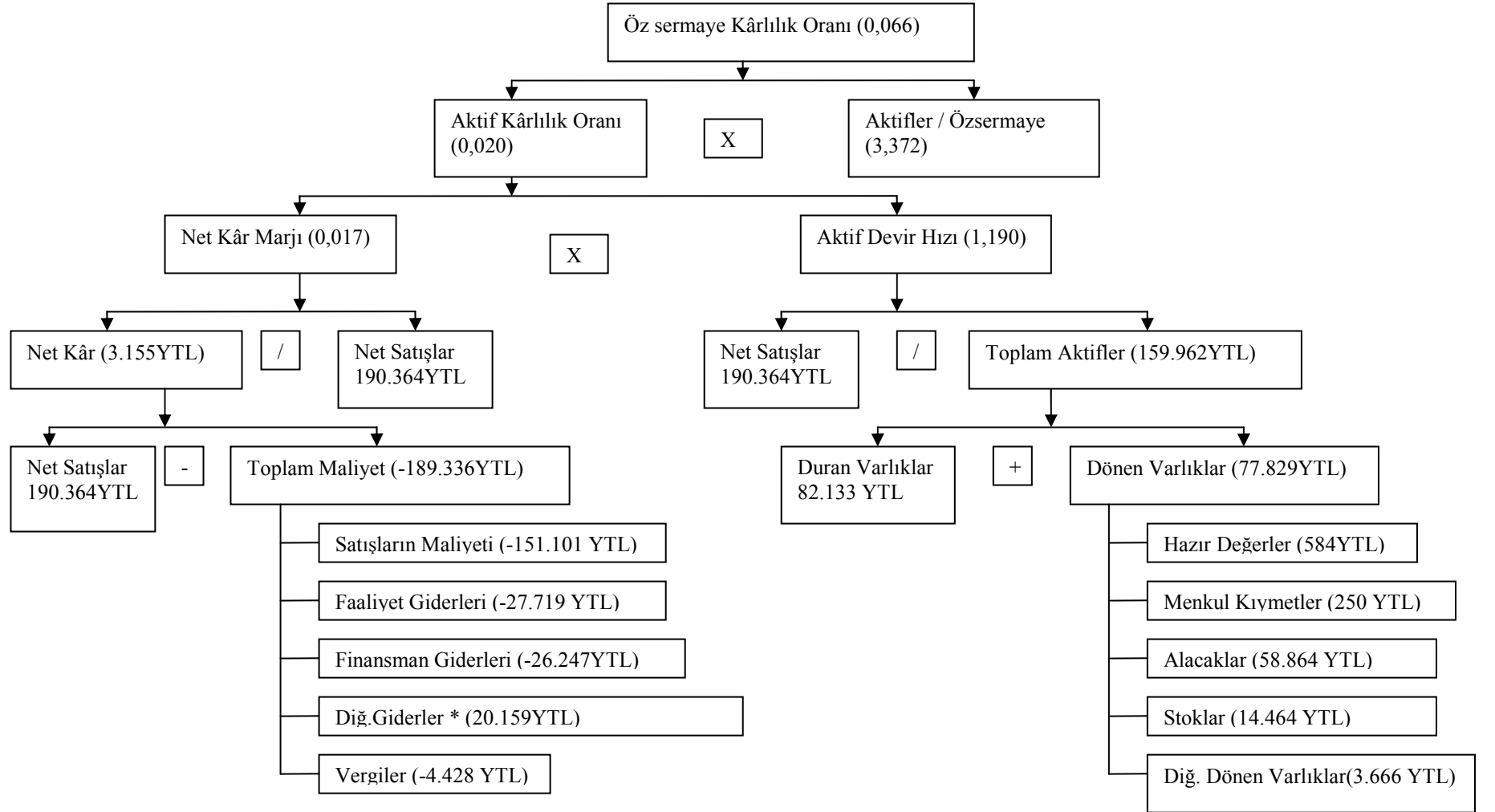
Şekil 28. Merko Gıda Firmasının 2002 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



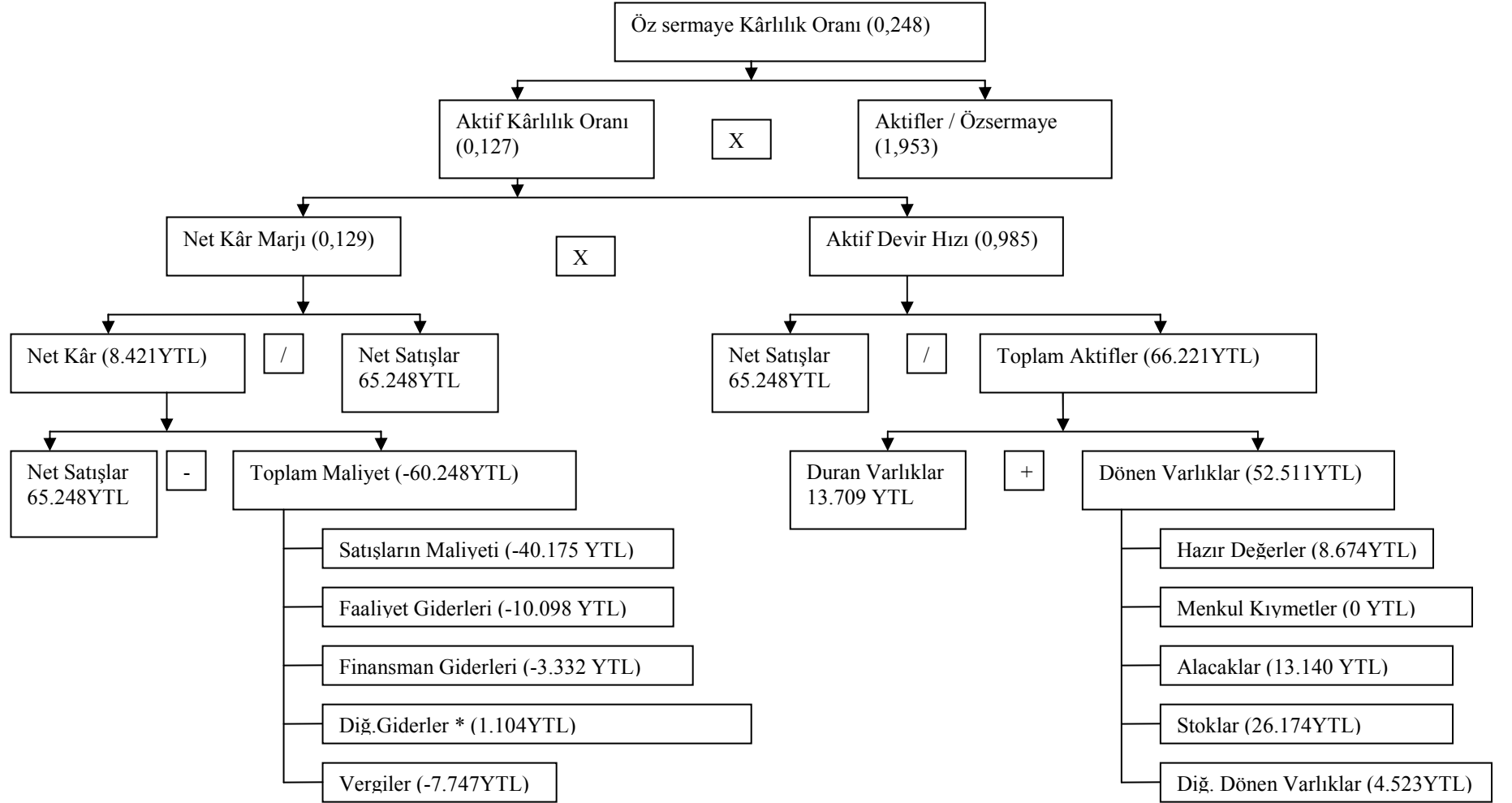
Şekil 29. Pınar Süt Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



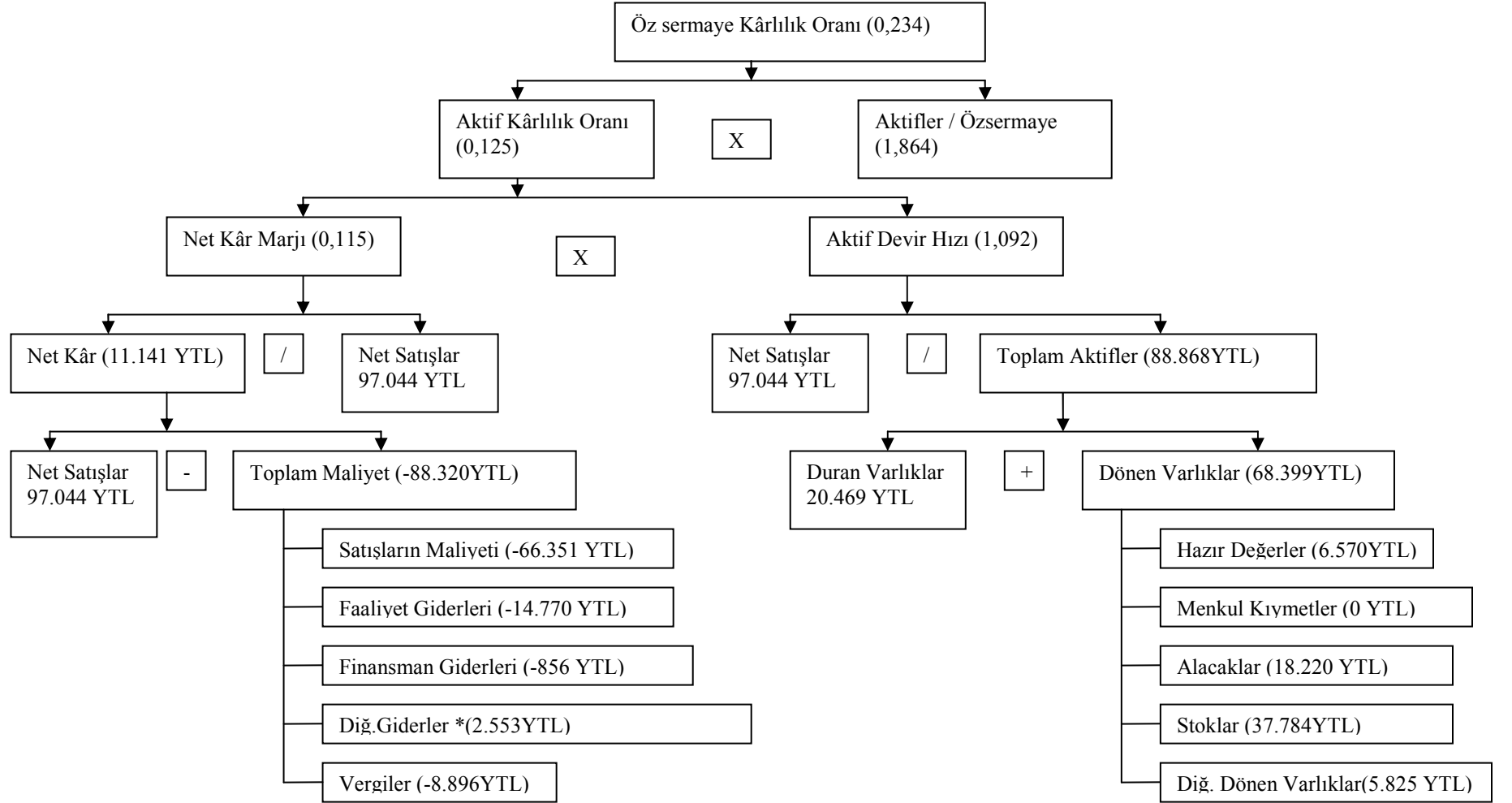
Şekil 30. Pınar Süt Firmasının 2002 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



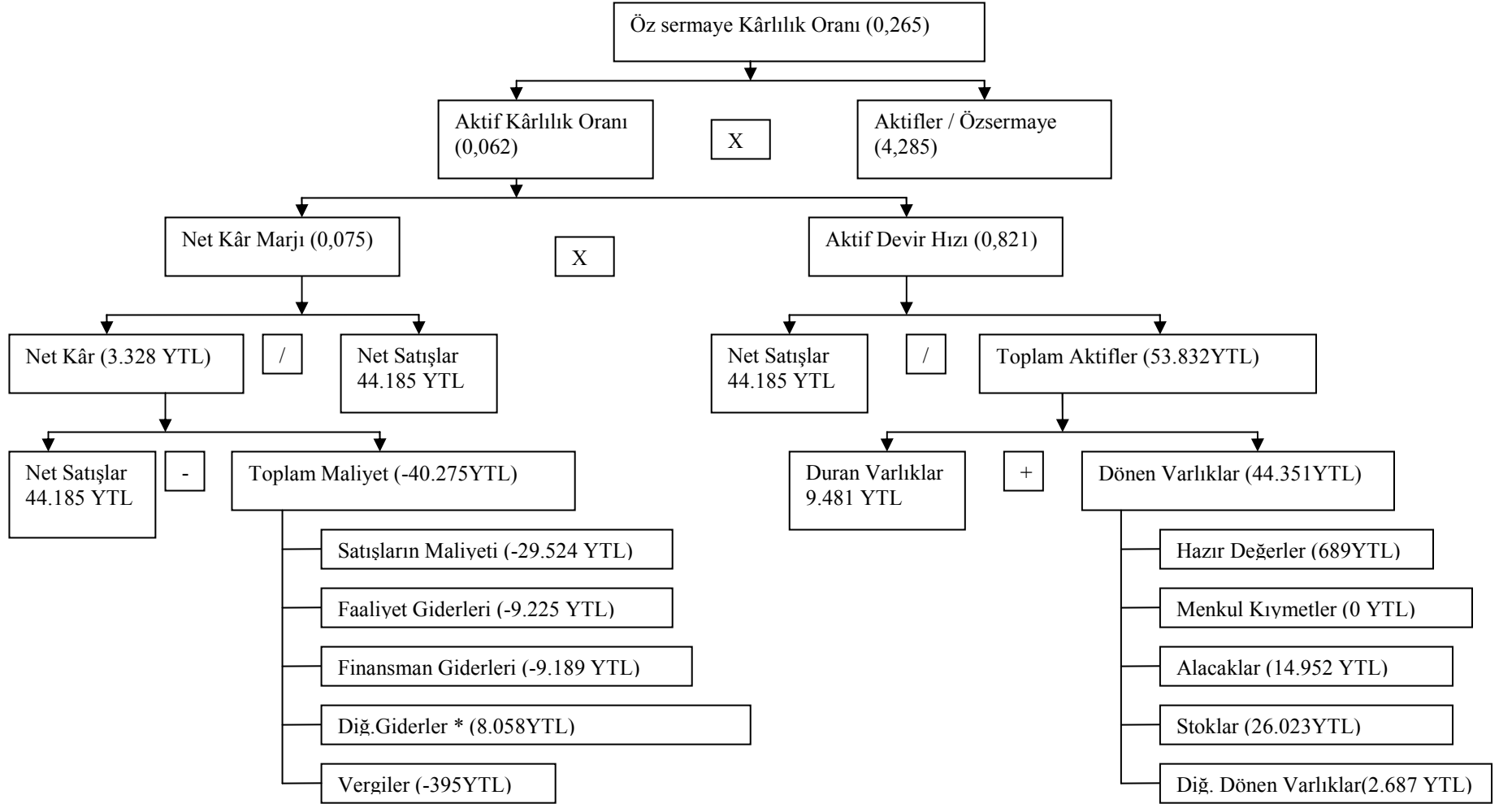
Şekil 31. Tat K conserve Firmasının 2001 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



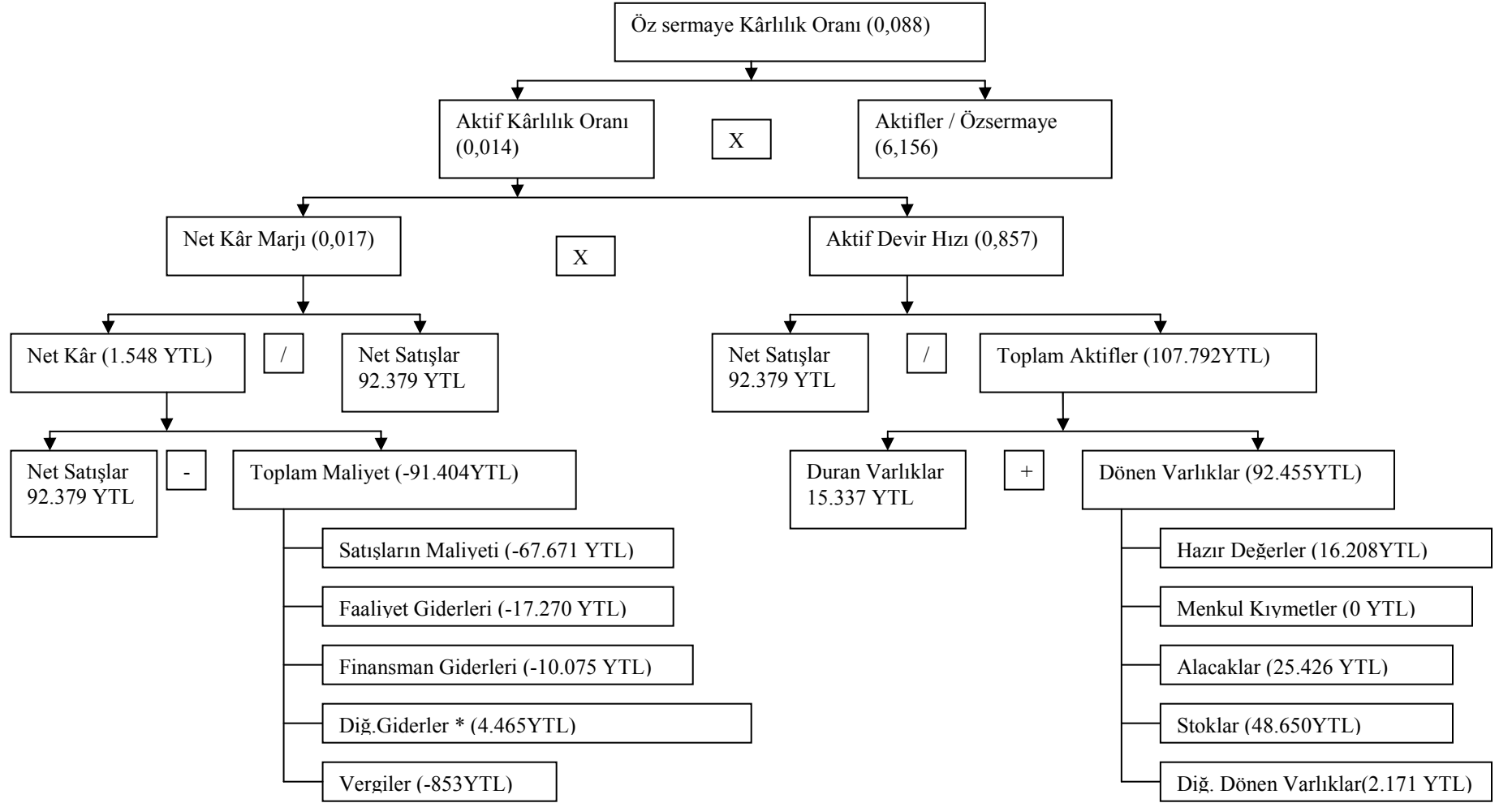
Şekil 32. Tat Konaerve Firmasının 2002 Yılı Malî Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



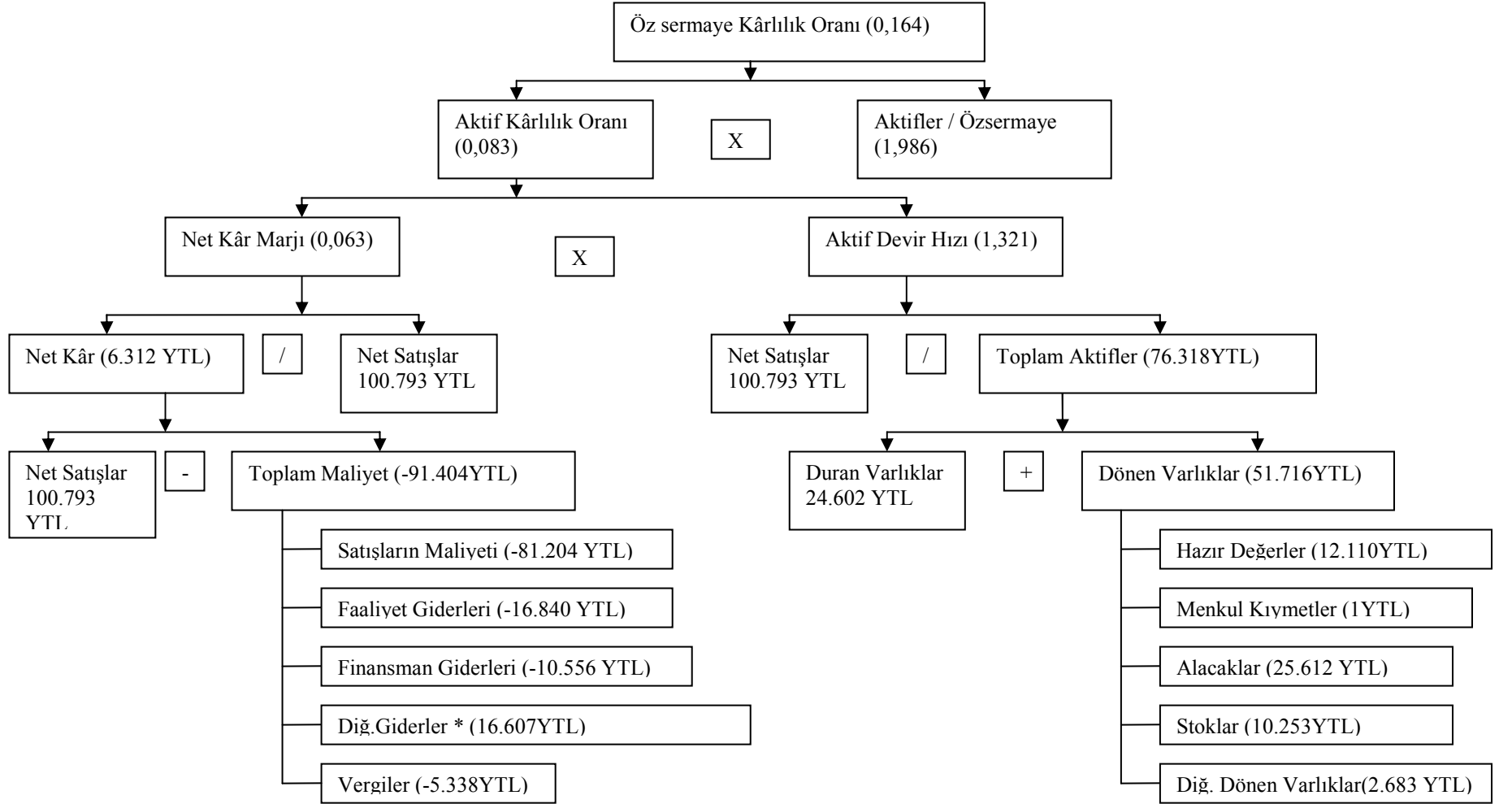
Şekil 33. Tukaş Firmasının 2001 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



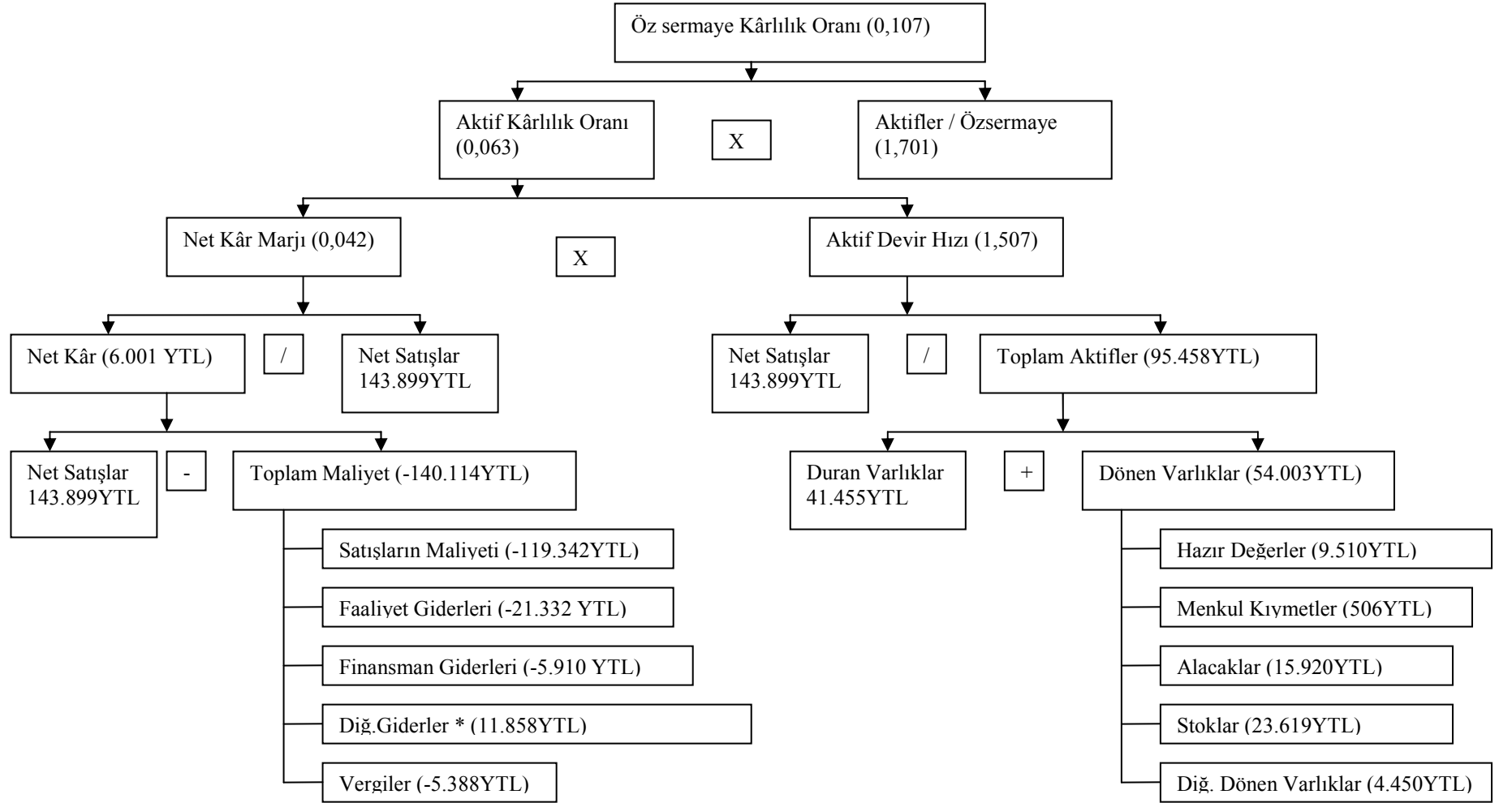
Şekil 34. Tukaş Firmasının 2002 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



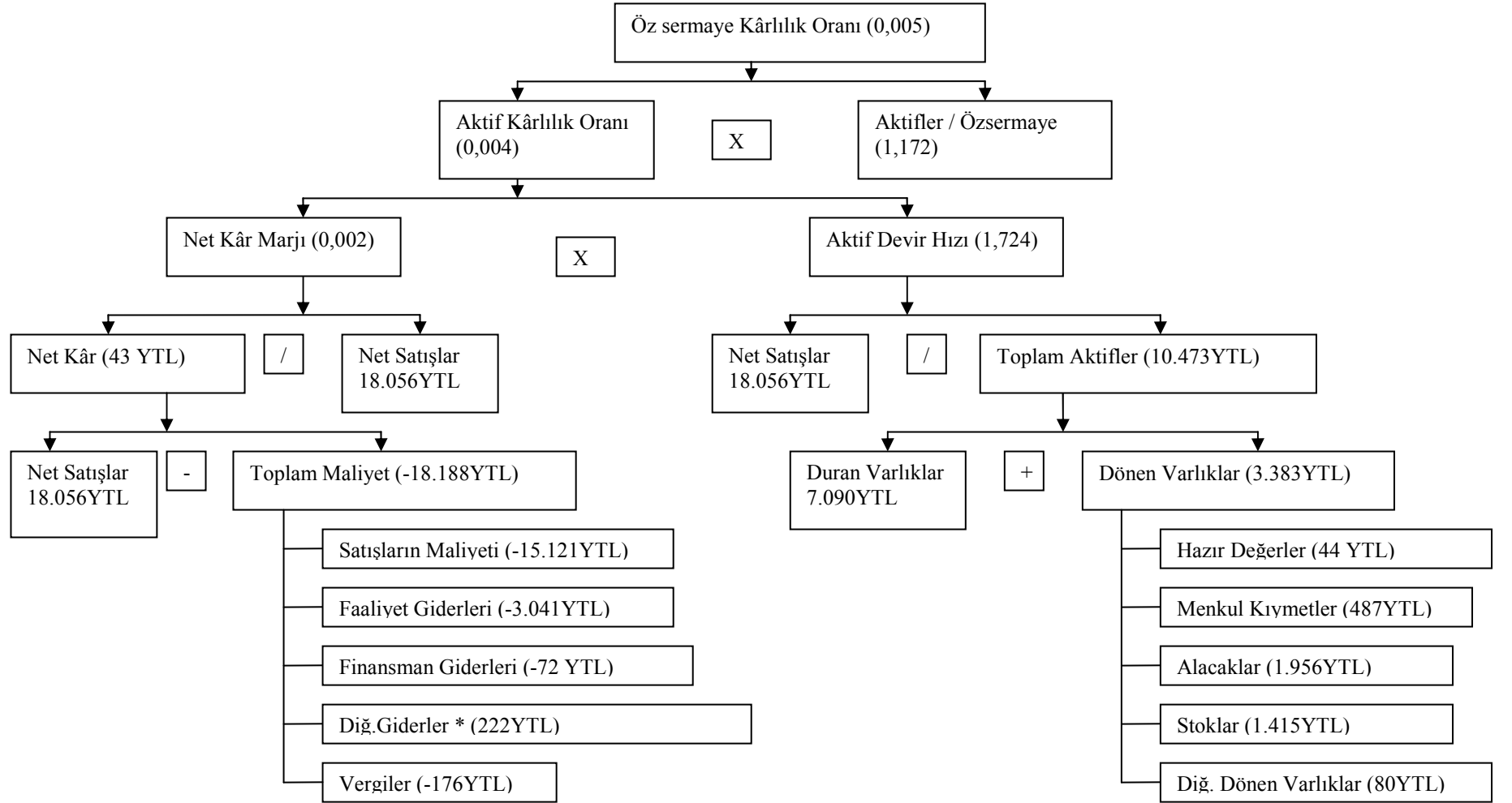
Şekil 35. Ülker Firmasının 2001 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



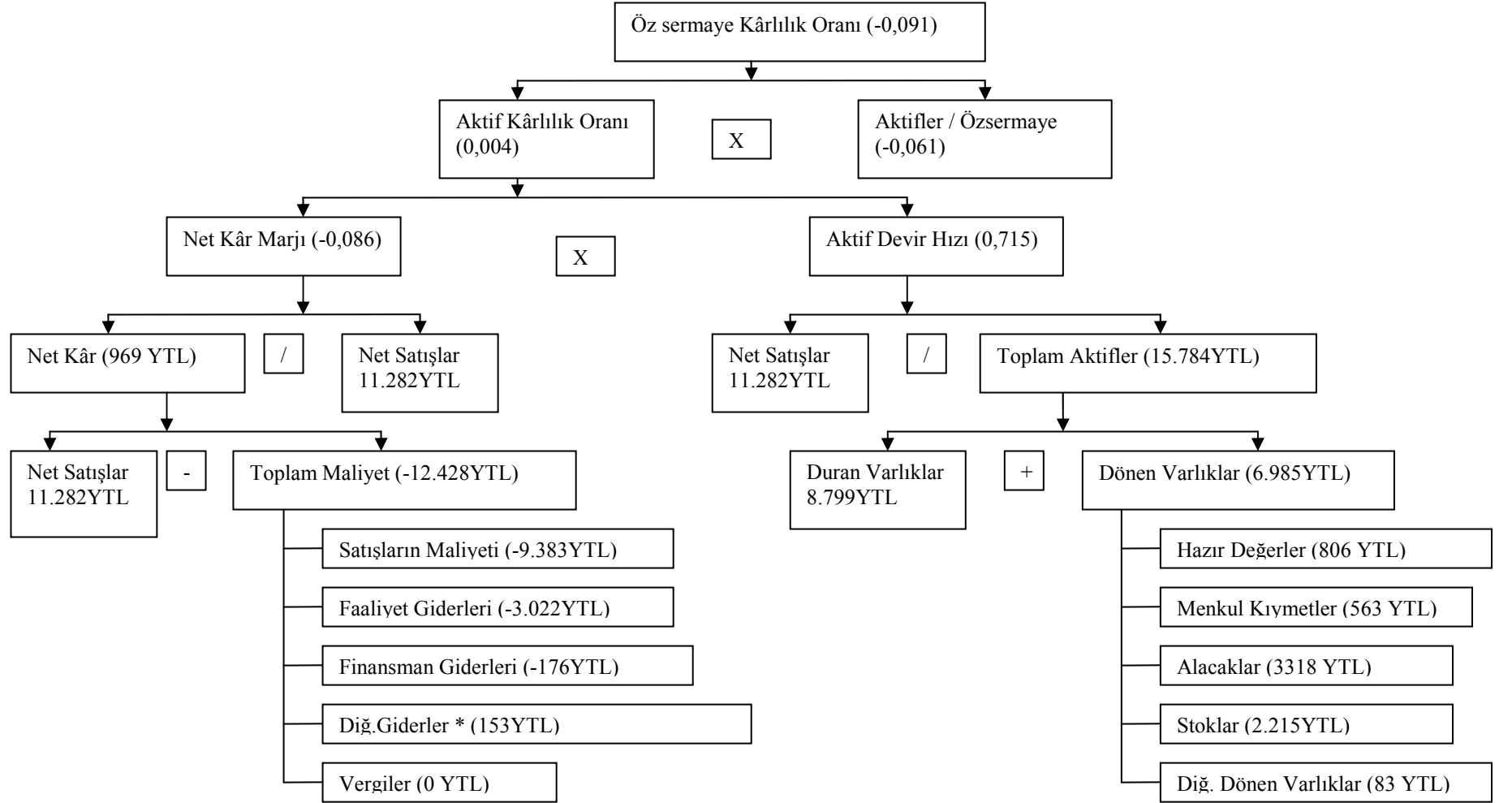
Şekil 36. Ülker Firmasının 2002 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



Şekil 37.Vanet Firmasının 2001 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



Şekil 38. Vanet Firmasının 2002 Yılı Mali Tablolarına İlişkin Du-Pont Kontrol Şeması (000YTL)



Şekil 19 ve Şekil 20 incelendiğinde, 2001 yılında -0,713 olan Banvit firmasının özsermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında 0,085'e yükseldiği görülmektedir. Bunun en önemli sebebi, firmanın 2001 yılında zarardayken, 2002 yılında kâra geçmesidir. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, 2001 yılındaki zararın en önemli nedeni satılan malın maliyetinin ve faaliyet giderlerinin çok yüksek olmasıdır. 2002 yılında firma, satışlarını arttırmış, satılan malın maliyetinin satışlar içindeki oranını düşürmüştür ve faaliyet giderlerini azaltarak kâra geçmiştir. Bununla beraber, firma aktiflerini ve özsermayesini arttırmıştır. Ancak, özsermayedeki artış oranı, aktiflerin artış oranından daha yüksek olmuş ve özsermaye çarpanı küçülmüştür. Bundan dolayı, özsermaye kârlılığı da piyasa şartlarına göre düşük olarak gerçekleşmiştir.

Şekil-21 ve Şekil-22 incelendiğinde, 2001 yılında -0,058 olan Frigo Pak Gıda firmasının özsermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında -0,203'e düştüğü görülmektedir. Bunun en önemli sebebi firmanın zararlarını bir önceki yıla göre daha da arttırmasıdır. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, 2002 yılında firmanın satışları çok az artmış ancak maliyetlerindeki artışlar satışlarından daha yüksek oranda gerçekleşmiştir. Bu durum da, dönem net zararının daha fazla artmasına sebebiyet vermiştir. Diğer yandan, satışlarda istenen yükselişin sağlanamaması ve aktiflerin artması sonucu aktif devir hızında da bir düşüş yaşanmıştır. Özsermaye çarpanında yaşanan yükseliş ile de firmanın özsermaye kârlılığı bir önceki yıla göre çok daha kötü bir seviyeye gerilemiştir.

Şekil 23 ve Şekil 24 incelendiğinde, 2001 yılında -3,629 olan Kent Gıda firmasının öz sermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında 0,387'ye yükseldiği görülmektedir. Bunun en önemli sebebi, firmanın 2001 yılında zarardayken, 2002 yılında kâra geçmesidir. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, 2001 yılında firma çok büyük bir zarar etmiş ve bu zarar, finansman giderlerinin çok yüksek olmasından kaynaklanmıştır. Aşırı borçlanarak aktiflerin arttırılması sonucu, öz sermaye çarpanı çok yüksek seviyelerde gerçekleşmiş ve çok yüksek oranda bir özsermaye zararı ortaya çıkmıştır. Ancak, 2002 yılında firma hem satışlarını çok arttırmış, hem de borçlarını azaltarak finansman giderlerini aşağı çekmiştir. Böylece, net kâr marjı çok artmış ve özsermaye çarpanı makûl seviyelere gelmiştir. Aktif devir

hızında kayda değer bir değişim yaşanmamış ve sonuçta özsermaye kârlılığı yüksek olmuştur.

Şekil 25 ve Şekil 26 incelendiğinde, 2001 yılında -0,557 olan Konfrut Gıda firmasının öz sermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında -0,241'e yükseldiği görülmektedir. Bunun en önemli sebebi, firmanın 2001 yılında zararlarını, 2002 yılında azaltmasıdır. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, 2002 yılında satışlar bir önceki döneme göre artmamış ancak maliyetler bir önceki döneme göre azalmıştır. Bunun sonucunda, firmanın zararı da azalmıştır. Ayrıca, 2002 yılında, hem aktif devir hızında, hem de özsermaye çarpanında küçük oranlı düşüşler olmuş ve böylece özsermaye zararının oranı da azalmıştır.

Şekil 27 ve Şekil 28 incelendiğinde, 2001 yılında -1,204 olan Merko Gıda firmasının öz sermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında -0,154'e yükseldiği görülmektedir. Bunun en önemli sebebi, firmanın 2001 yılında zararlarını, 2002 yılında azaltmasıdır. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, 2002 yılında firmanın satışları bir önceki döneme göre, çok az artmış ancak maliyetleri aynı döneme göre çok azalmıştır. Bu yüksek oranlı maliyet azalışının sebebi, firmanın finansman giderleri kalemi ve diğer giderler kaleminde yaşanan düşüşlerdir. Ayrıca, aktif devir hızı ve özsermaye çarpanının azalması, öz sermaye zararı oranının da azalmasına katkıda bulunmuştur.

Şekil 29 ve Şekil 30 incelendiğinde, 2001 yılında 0,086 olan Pınar Süt firmasının öz sermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında 0,066'ya düştüğü görülmektedir. Ancak, burada dikkat çeken önemli bir husus bulunmaktadır. Çünkü, 2002 yılında firmanın bir önceki döneme göre kârı artmış, ancak öz sermaye kârlılığı azalmıştır. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, kârlılığın artmasının en önemli sebebi, firmanın finansman giderlerinin azalması, satışlarının ve diğer gelirlerinin artmasıdır. Buna rağmen, öz sermaye kârlılığının azalması, aktif devir hızının azalmasından kaynaklanmıştır. Yani, firmanın aktiflerinde satışlarından daha yüksek oranlı bir artış gerçekleşmiştir. Aktiflerdeki artış ise, alacaklar kalemi ile duran varlıklar kalemindeki artışlardan kaynaklanmaktadır.

Şekil 31 ve Şekil 32 incelendiğinde, 2001 yılında 0,248 olan Tat Konserve firmasının özsermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında 0,234'ya düştüğü görülmektedir. Burada da, net kâr artışına rağmen öz sermaye kârlılığında bir düşüşün yaşandığı dikkat çekmektedir. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, firmanın net kârındaki artış oranı, satışlarının artış oranından daha düşük olduğu için bir yıl öncesine göre 2002 yılında net kâr marjında düşüş yaşanmıştır. Özsermaye kârlılığının en önemli belirleyicilerinden biri olan net kâr marjının düşmesi, ayrıca özsermaye çarpanının azalması sonucunda öz sermaye kârlılığı düşüş göstermiştir. Tüm bunlara rağmen firma, aktif devir hızını, özsermaye kârlılığını yükseltebilecek derecede arttıramamıştır.

Şekil-33 ve Şekil-34 incelendiğinde, 2001 yılında 0,265 olan Tukaş firmasının özsermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında 0,088'e düştüğü görülmektedir. Bunun en önemli sebebi, firmanın net kârı ve buna bağlı olarak net kâr marjında yaşanan büyük düşüştür. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, 2002 yılında maliyetlerin satışlar içindeki payı artmıştır. Net kârı azaltan en önemli faktör budur. Diğer yandan, satış artışı ile aktiflerin artışının aynı oranda olması sonucu, aktif devir hızı değişmemiştir. Ancak, aktifler artan kısmı borçla finanse edildiği için, özsermaye çarpanı artmıştır. Sonuç olarak, özsermaye kârlılığında özellikle net kârın etkisiyle, büyük bir düşüş yaşanmıştır.

Şekil-35 ve Şekil-36 incelendiğinde, 2001 yılında 0,164 olan Ülker firmasının özsermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında 0,107'ye düştüğü görülmektedir. Bu durum, net kâr marjındaki azalıştan kaynaklanmaktadır. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, 2001 yılı net kârı ile 2002 yılı net kârı arasındaki fark yok denecek kadar azdır. Ancak, satışlarda yüksek oranda artış meydana geldiği için net kâr marjında bir azalma söz konusudur. Her ne kadar aktif devir hızındaki artış özsermaye kârlılığını olumlu etkilese de, özsermaye çarpanında meydana gelen azalma, aktif devir hızının olumlu etkisini yok etmiştir. Dolayısıyla, net kâr marjı en önemli belirleyici konumuna gelmiş ve özsermaye kârlılığı azalmıştır.

Şekil-37 ve Şekil-38 incelendiğinde, 2001 yılında 0,005 olan Vanet firmasının özsermaye kârlılığı oranının, 2002 yılında -0,091'ye düştüğü

görülmektedir. Bunun en önemli sebebi, 2001 yılında firma kâr açıklamışken, 2002 yılında zarara geçmiş olmasıdır. Du-Pont Kontrol Şemasına göre, firmanın zarar elde etmesinde en önemli etken, satışlarda yaşanan büyük düşüştür. Bundan dolayı, firma zarar etmiş, net kâr marjı negatif olarak gerçekleşmiştir. Satışlardaki bu düşüş aktif devir hızını da olumsuz etkilemiş ve aktif devir hızı bir önceki döneme göre 2002 yılında yaklaşık yarı yarıya azalmıştır. Özsermaye çarpanındaki artış ise, sınırlı olmuş ve özsermaye kârlılığı tüm bunlardan olumsuz etkilenmiştir.

3.4. Özsermaye Kârlılığını Etkileyen Faktörlerin Regresyon Analizi

Çalışmanın bu kısmında, özsermaye kârlılığının belirleyicileri olan, net kâr marjı (NKM), aktif devir hızı (ADH) ve toplam aktiflerin özsermayeye oranı (TAÖSO) bağımsız değişkenler olarak, öz sermaye kârlılığı (ÖK) da bağımlı değişken olarak regresyon analizine tâbi tutulmuş ve Ek-2'deki sonuçlar elde edilmiştir.

Örneğin Ek-2 incelendiğinde, Banvit firması için yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ölçen R-Kare değeri %94'dür. Bu değer, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında kuvvetli bir doğrusal ilişki olduğunu göstermektedir. Regresyon denklemi ise, $\text{ÖSK}^* = 0,187 + 2,980 \text{ NKM} + 0,108 \text{ ADH} - 0,142 \text{ TAÖSO}$ şeklinde hesaplanmıştır. Ancak, R-kare değerinin yüksek çıkması bulunan doğrusal regresyon denkleminin uygun olduğunu göstermez. Regresyon denklemi için doğrusal ilişkinin uygunluğu varyans çözümlemesi ANOVA ile araştırılabilir. Varyans çözümlemesinde H_0 ve H_1 hipotezlerimiz, H_0 : Doğrusal İlişki Uygun Değildir ve H_1 : Doğrusal İlişki Uygundur şeklinde yazılabilir. Banvit firmasına ait regresyon denklemi için yapılan varyans çözümlemesine göre F değeri 29,710 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre $\alpha = 0,05$ düzeyinde H_0 red edilebilir. Böylece, regresyon denklemi doğrusal ilişkiye uygundur.

Analize tâbi tutulan tüm firmalara ait, R-kare, regresyon denklemleri, varyans çözümlenmeleri, F değerleri ve anlamlılık düzeyleri Çizelge-53'te sunulmaktadır.

Çizelge-53. Analize Tâbi Tutulan Tüm Firmalara İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Şirket Adı	R ² (%)	F Değeri	Anlamlılık Düzeyi	Tahmin Edilen Regresyon Denklemi
BANVİT	94	29,710	0,001	ÖSK= 0,187 + 2,980 NKM + 0,108 ADH - 0,142 TAÖSO
FRİGO-PAK GIDA	88	14.218	0,004	ÖSK= -0,192 + 4,048 NKM + 0,170 ADH + 0,015 TAÖSO
KENT GIDA	99	138,636	0,000	ÖSK= 0,325 + 0,1927 NKM + 0,665 ADH - 0,244 TAÖSO
KONFRUT GIDA	97	67,469	0,000	ÖSK= -0,020 + 2,031 NKM + 0,088 ADH - 0,018 TAÖSO
MERKO GIDA	92	22,425	0,001	ÖSK= 0,093 + 2,237 NKM + 0,204 ADH - 0,123 TAÖSO
PINAR SÜT	92	22.236	0,001	ÖSK= -0,327 + 7,318 NKM + 0,062 ADH + 0,048 TAÖSO
TAT KONSERVE	99	1634,230	0,000	ÖSK= -0,434 + 2,017 NKM + 0,256 ADH + 0,090 TAÖSO
TUKAS	95	36,717	0,000	ÖSK= -0,240 + 2,347 NKM + 0,151 ADH + 0,033 TAÖSO
ÜLKER	94	33,446	0,000	ÖSK= -0,358 + 3,035 NKM + 0,107 ADH + 0,097 TAÖSO
VANET	79	7,630	0,018	ÖSK= -0,002 + 1,860 NKM + 0,012 ADH + 0,011 TAÖSO

*ÖSK: Özsermaye Kârlılığını, NKM: Net Kâr Marjını, ADH: Aktif Devir Hızını, TAÖSO: Toplam Aktiflerin Özsermayeye Oranını göstermektedir.

Çizelge-53 incelendiğinde, bütün regresyon denklemleri için varyans çözümlenmesi anlamlılık değerlerinin 0,05'den küçük olduğu anlaşılır. Bu nedenle, bütün regresyon denklemleri için doğrusal ilişki uygundur. Tüm firmalara ait R-Kare değerleri de, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin kuvvetli olduğunu göstermektedir. Banvit, Kent Gıda, Konfrut Gıda ve Merko Gıda şirketlerinde TAÖSO, özsermaye kârlılığını ters yönde etkilerken diğer firmalarda doğru yönde etkilemektedir.

SONUÇ

Firmaların finansal performanslarının ölçülmesinde kullanılan en önemli araçlardan biri oran (rasyo) analizleridir. Oran analizleri, finansal tablolarda yer alan kalemlerin birbirleriyle karşılaştırılması yoluyla yapılır. Oran analizleri yaparken bir firmanın likidite durumuna, borç ödeme gücüne, finansman şekline, faaliyet sonuçlarına, kârlılığına, iktisadî varlıklarını etkin biçimde kullanılıp kullanılmadığına ilişkin oranların hesaplanması gerekir.

Bir sektörde faaliyet gösteren firmaların oran analizini uygulamadan önce, sektörün analizinin yapılması gerekir. Çalışmada, en önemli sektörlerden biri olan gıda sektörünün analizi yapılmıştır.

İnsanların beslenme ihtiyaçlarına bağlı olarak tarım ürünlerinin tüketime hazır hale getirilmesi süreci, gıda sektörünün faaliyet alanını oluşturmaktadır. Tarımsal ürünlere dayalı olan ve imalât sanayi kapsamında yer alan gıda sektörü, ürünlere dayalı olarak alt gruplarda incelenmektedir. Bunlar; bitkisel yağ sanayi, et ve et ürünleri sanayi, meyve-sebze işleme sanayi ve dondurulmuş meyve-sebze sanayi, süt ve süt ürünleri sanayi, şeker ve şekerli mamuller sanayi, un ve unlu mamuller sanayidir.

Gıda sektörüne ilişkin son 6 yıllık(2000-2005) veriler incelendiğinde, toplam sektör üretimi içinde en yüksek payı, un ve unlu mamuller sanayinin aldığı görülmektedir. Un ve unlu mamuller sanayinin toplam üretim içindeki payı yaklaşık yüzde 40'tır. İkinci sırayı ise, yaklaşık yüzde 15' lik payı ile süt ve süt ürünleri sanayi almaktadır. Toplam gıda üretimi içinde, süt ve süt ürünleri ile hemen hemen aynı paya sahip olan diğer bir alt sanayi ise, et ve et ürünleri sanayidir. Bunları yaklaşık yüzde 11'lik payla şeker ve şekerli mamuller, yüzde 10'luk payla sebze-meyve işleme sanayi, ve yüzde 9'luk payla da yağ sanayi izlemektedir. Gıda sektörü içinde gelişim hızı en düşük olan alt sanayi dalı, şeker ve şekerli ürünler sanayidir.

Halihazırda gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören firma sayısı 22' dir. Ancak, bu firmaların pek çoğu İMKB' ye yeni kote olmuştur. Bu nedenle analizlerin sağlıklı olabilmesi için, en az 10 yıldan beri borsada işlem gören firmalar analize tabî tutulmuştur. Firmaların likidite durumu, sermaye yapısı, faaliyet verimliliği ve kârlılığına ilişkin oranlar hesaplanmıştır. Banvit Bandırma Vitaminli Yem Sanayi A.Ş., Frigo-Pak Gıda Maddeleri Sanayi Ticaret A.Ş., Kent Gıda Maddeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş., Konfrut Sanayi ve Ticaret A.Ş., Merko Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş., Pınar Süt Mamulleri A.Ş., Tat Konserve Sanayi A.Ş., Tukaş Turgutlu Konservecilik A.Ş., Ülker Gıda A.Ş. ve Vanet Entegre Et Sanayi ve Ticaret A.Ş.'dir.

Likidite oranları incelendiğinde, sektör içinde performansı en yüksek firmaları Banvit ve Tat Konserve'dir.Performansları en düşük olan firmalar ise, Frigo-Pak Gıda ve Konfrut Gıda'dır.

Kaldıraç oranları incelendiğinde, sektör içinde performansı en yüksek firmaların Tat Konserve ve Ülker'dir.Performansları en düşük olan firmalar ise, Kent Gıda ve Konfrut Gıda'dır.

Faaliyet oranları incelendiğinde, sektör içinde performansı en yüksek firmaların Banvit ve Vanet'dir.Performansları en düşük olan firmalar ise, Frigo-Pak Gıda ve Konfrut Gıda'dır.

Kârlılık oranları incelendiğinde, sektör içinde performansı en yüksek firmaların Tat Konserve ve Tukaş'dır.Performansları en düşük olan firmalar ise, Frigo-Pak Gıda ve Konfrut Gıda'dır.

Yapılan regresyon analizi neticesinde, özsermaye kârlılığını etkileyen en önemli oranın, net kâr marjı olduğu tespit edilmiştir.

Genel bir finansal performans değerlemesi yapıldığında, yani performansı en yüksek olan firmadan performansı en düşük olan firmaya doğru bir sıralama yapıldığında, Çizelge-54' te sunulan sonuçlar elde edilmiştir

Çizelge-54. Seçilmiş Gıda Sektörü Firmalarının Genel Performans Sıralaması

Performans Derecesi	Firma Adı
1	Banvit Bandırma Vitaminli Yem Sanayi A.Ş.
2	Tat Konserve A.Ş.
3	Ülker Gıda A.Ş.
4	Vanet Entegre Et Sanayi ve Ticaret A.Ş.
5	Kent Gıda Maddeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
6	Pınar Süt Mamulleri A.Ş.
7	Tukaş Turgutlu Konservecilik A.Ş.
8	Merko Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.
9	Konfurt Sanayi ve Ticaret A.Ş.
10	Frigo-Pak Gıda Maddeleri Sanayi Ticaret A.Ş.

Bu tabloya göre gıda sektöründeki firmaların menkul kıymetlerine yatırım yapmayı düşünen yatırımcılar, öncelikle Banvit, Tat Konserve ve Ülker gibi firmalara yatırım yapmalıdırlar. Durumu en zayıf olan firmalar ise, Frigo-Pak Gıda, Konfrut Sanayi ve Merko Gıda' dır.

ÖZET

Yatırımcıların, menkul kıymet borsalarında yatırım yapmadan önce ciddi çalışmalar ve araştırmalar yapmaları gerekmektedir. Aksi takdirde, çok büyük zararlarla karşı karşıya kalabilirler.

Yatırımcılar millî ekonominin analizini yaptıktan sonra, sektör analizleri yapmak suretiyle, potansiyeli yüksek olanları belirleyebilirler. Bir kez sektörler seçildikten sonra, bunlar içinde faaliyet gösteren ve finansal açıdan en yüksek performansı sağlayan firmaların belirlenmesi gerekmektedir. Çünkü, sektördeki tüm firmaların performansları aynı değildir.

Firmaların finansal performanslarının ölçülmesinde kullanılan en önemli tekniklerden birisi oran (rasyo) analizleridir. Oran analizleri yoluyla, firmaların likidite durumu, finansal yapısı, faaliyet ve kârlılıklarına ilişkin performansları kolaylıkla belirlenebilir. Tüm bunlar gözönüne alınarak, firmaların genel performansı ortaya konabilir. Böylece yatırım kararlarının daha rasyonel bir biçimde alınması kolaylaşabilir.

Çalışmanın birinci bölümünde, gıda sektörüne ilişkin kapsamlı bir analiz yapılmıştır. İkinci bölümde oran analizlerinin nasıl yapılacağı ayrıntılı bir biçimde ortaya konmuştur.

Çalışmanın uygulama ve son bölümünde, gıda sektöründe faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören bazı seçilmiş firmaların finansal performansları, oran analizleri yoluyla ölçülmeye çalışılmış ve finansal performansı en yüksek ve en düşük olan firmalar tespit edilmiş ve bir performans sıralaması yapılmıştır.

Sonuç olarak, sektörde finansal performansı en yüksek olan firmalar ortaya konmuş ve bu sektöre yatırım yapan yatırımcıların rasyonel karar almalarına yardımcı olacak bulgular sunulmuştur.

SUMMARY

Investors, before investing in stock markets, should make a through research. Otherwise, they could face significant loses.

After analyzing national economy, investors, by doing industry analysis, could identify profitable industries. After identifying productive industries, firms that operate in defined industries with good financial performance must be identified. Because all companies do not have the same performance.

Ratio analysis is one of the important techniques to evaluate financial performance of companies in industries. By ratio analysis, liquidity, leverage, activity and profitability information would be easily obtained. Considering all those criterias overall performance of a firm would be presented. Hence, investment decision would be made more rationally.

In the study, detailed analysis of food industry has been carried out and the description of how the ratio analysis has been outlined.

In the application section of the study, with ratio analysis financial performance of firms in food industry registered to İstanbul Stock Exchange have been measured. Consequently, firms with highest and lowest performance levels have been identified and put in a rank order according to measured performance levels.

In summary, firms operating in food industry with highest financial performance have been identified and possibility of rational decision of investors in this industry have been enhanced.

TEŞEKKÜR

Akademisyenliğe başladığım bugüne dek bilgisiyle, tecrübesiyle her zaman bana kılavuz olan sevgili hocalarım Prof. Dr. Selim BEKÇİOĞLU ve Yrd.Doç. Dr. Mustafa ÖZTÜRK' e çok teşekkür ederim.

Bunun yanı sıra, lojistik destek sağlayan sevgili arkadaşım Hazar ENGİNYURT' a, yazım aşamasında hiçbir yardımı benden esirgemeyen sevgili arkadaşlarım Seçil AKÇA'ya, Özge KARHAN'a, Algın OKURSOY'a ve Özlem ÖZTÜRK' e teşekkürü bir borç bilirim.

Hayatımda önemli bir yer işgal eden ve tez dönemi boyunca benden hiçbir desteği esirgemeyen fedakâr ve sevgili eşim Arş. Gör. Dr. Yusuf KADERLİ' ye çok teşekkür ederim.

Ayrıca, eğitim hayatım boyunca bana maddi ve manevî destek veren babam Emin COŞKUN'a, annem Yaşa COŞKUN'a ve kardeşim Engin'e çok teşekkür ederim.

KAYNAKÇA

Akdoğan N. ve Tenker N., 2005, Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri, 10. Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara.

Akgüç Ö., 1998, Finansal Yönetim, 7. Baskı, Avcıol Yayınları, İstanbul.

Akgüç Ö., 1994, Finansal Yönetim, 6. Baskı, Avcıol Yayınları, İstanbul.

Aksoy A., 1993, İşletme Sermayesi Yönetimi, Gazi Büro Kitabevi, Ankara.

Alkan S., 1998, Un Ve Unlu Mamuller Sektörü, Vakıfbank Sektör İncelemesi, No:16, Ankara.

Arıkbay C., 1993, Türkiye Gıda Sanayinde Teknolojik Yenilikleri İzleyememenin Maliyeti, Milli Produktivite Merkezi Yayınları:484, Ankara.

Aysan M.A., 1963, Hesap Vaziyeti ve İnceleme Tablolarının Doldurulması, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, Ankara.

Bekçioğlu S., Öztürk M. ve Kaderli Y., 2003, Beta Katsayısını Etkileyen Finansal Oranlar: Gıda ve Makine-İmalat Sektöründe Bir Uygulama, Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi, Sayı:10, Ankara.

Bingöl Ş., 1993, Meyve İşleme Sanayinde Girdi Sorunları ve Verimlilik, Milli Produktivite Merkezi Yayınları:485, Ankara.

Brealey R.A., Myers S.C.ve Marcus A.J., 1997, İşletme Finansının Temelleri, Literatür Yayıncılık, İstanbul.

Brigham F. E., 1999, Finansal Yönetimin Temelleri, Çeviren:Özdemir Ahmet, Halil Saıaslan, AÜ Rektörlüğü Yayınları, Cilt 1, Ankara.

Cebeci R., 1996, Un Sektörü, Karon Menkul Kıymetler A.Ş. Araştırma Grubu, İstanbul.

Ceylan A., 2003, İşletmelerde Finansal Yönetim, 8. Baskı, Ekin Kitabevi, Bursa.

Ceylan A., 2001, İşletmelerde Finansal Yönetim, 7. Baskı, Ekin Kitabevi, Bursa.

Çabuk A. ve Lazol İ., 2004, Mali Tablolar Analizi, 3. Baskı, Vıpaş A.Ş., Bursa.

Devlet Plânlama Teşkilâtı, 1993, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Plâni, Ankara.

Devlet Plânlama Teşkilâtı, 2002, Şeker Politikalarında Yeni Yönelimler ve Türkiye'nin Konumu, İktisadî Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.

Devlet Plânlama Teşkilâtı, 1995, Ekonomik Sektörler Plân Dönemi(1996-2000) Tahminleri, Ankara.

Devlet Plânlama Teşkilâtı, 2001, Gıda Sanayi (Şeker Sanayi) Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Plâni, Yayın No:DPT:2633-ÖİK:641, Ankara.

Devlet Plânlama Teşkilâtı, 1992, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Plâni, Şekerleme ve Ona Bağlı Alt Sektör Raporu, Ankara.

Devlet Plânlama Teşkilâtı, 1993, VII. Beş Yıllık Kalkınma Plâni, Beyaz Et Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Aralık, Ankara.

Devlet Plânlama Teşkilâtı, Süt ve Süt Mamulleri, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 46, Ankara.

Devlet Plânlama Teşkilâtı, 1992, VII. Beş Yıllık Plân, Şekerleme ve Ona Bağlı Alt Sektör Raporu, Ankara.

Devlet Plânlama Teşkilâtı, Ekonomik ve Sosyal Göstergelerdeki Değişmeler, Ankara, 1995.

Dünya Gazetesi, 11.06.1996, “Deli Dana Yine Gündemde”

Emiroğlu M., 1996, Gümrük Birliği ve Türk Gıda Endüstrisi, Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Yayınları, Antalya.

Ercan M. K. Ve Bon Ü., 2005, Finansal Yönetim, Gazi Kitabevi, Ankara.

Erdoğan N., 1997, Mali Tablolar ve Analizi, Attila Kitabevi, Ankara.

Erol C., 1999, İşletmelerde Finansal Yönetim, İmge Kitabevi, Ankara.

Foster G., 1978, Financial Statement Analysis, Prentice-Hall Inc., New Jersey.

Gıda Sektörü, 1996, İMKB Yayınları, No:9, Araştırma Müdürlüğü, İstanbul.

Gökçe R., 1996, Et ve Et Tüketiminde Yeni Yönelimler, Üretim Dünyası.

Gökçek B., 1996. Bankacılıkta Matematiksel İşlemler, 2. Baskı, Garanti Eğitim Merkezi Yayınları, İstanbul.

Göksu Ç., 2003, Türkiye’de ve Avrupa Birliği’nde Zeytinyağı Sektörü, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, AR-GE Başkanlığı Tarım Dairesi, Ankara.

Gönenli A., 1985, İşletmelerde Finansal Yönetim, 5. Baskı, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayınları, No: 15, İstanbul.

Gündüz M., 2003, DTÖ Analışmaları Çerçevesinde Dünya Ticaretini Yönlendiren Gelişmeler ve Türk Gıda Sanayi, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara.

Güzel H., 1998, Meyve ve Sebze İşleme Sektörü, Vakıfbank Sektör İncelemesi, No:15, Ankara.

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2002, AR-GE Başkanlığı Tarım Dairesi, Ankara.

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2004, Tarım ve Gıda Sektörü İhracat Potansiyeli, AR-GE Başkanlığı Tarım Dairesi, Ankara.

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2001, Beyaz Et Dış Pazar Araştırması, Ankara.

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2003, Yaş Meyve ve Sebze Sektörü, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara.

İktisadî Araştırmalar Vakfı, 1996, Türkiye’de Zeytinyağı Üretimi ve Pazarlaması (İç Tüketim ve İhracat), İzmir.

İstanbul Ticaret Odası, 1997, Türkiye’de Şeker Ve Şeker Pancarı Üretiminde Mevcut Durum, Yayın No:12, İstanbul.

İstanbul İhracatçı Birlikleri Dergisi, 2002, Meyve Suyu ve Konsantresi,
Sayı:38, Yıl:12, İstanbul.

Karakuş A., 1995, Dondurulmuş Gıda, Karon Menkul Kıymetler A.Ş. Araştırma Grubu, İstanbul.

Kolb W. R. ve Rodriguez R. J., 1996, Finansal Yönetim, Çevirenler: Ali İhsan Karacan, SPK Yayınları, Yayın No:35, Ankara.

Köse N. ve Saraçoğlu B., 2000, Bazı Gıda Sanayilerinin Uluslar arası Rekabet Gücü: Makarna, Bisküvi ve Un Sanayi, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Yayın No:39, Ankara.

Levy H., 1996, Introduction to Investments, South-Western College Publishing, Cincinnati.

Nusreti M., 1996, Et Sektörü, Karon Menkul Kıymetler A.Ş. Araştırma Grubu, İstanbul.

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, 2002, Makarna Değerlendirme Raporu, Ankara.

Özdemir M., 1999, Finansal Yönetim, 2. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Referans Gazetesi, 28.03.2006, Şemsi Kopuz “Konut ve Otomobil Alan Mutfaktan Kısınca Gıdada Durgunluk Başladı”

Tarıkahya F.N., 1991, Un Fabrikalarında Verimlilik Karşılaştırmaları, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları:446, Ankara.

Uras N., 1992, Gıda Sektöründe Gelişmeler ve Beklentiler, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş., Ankara.

Usta Ö., 2005, İşletme Finansı ve Finansal Yönetim, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Yükçü S., Durukan M.B., Özkol E., Yücel T. ve diğ., 1999, Finansal Yönetim, Vizyon Yayınları, İzmir.

www.banvit.com, 28 Nisan 2006.

www.die.gov.tr, 15 Mart 2006.

www.dpt.gov.tr, 15 Mart 2006.

www.kent.com.tr, 28 Nisan 2006.

www.konfrut.com, 28 Nisan 2006.

www.pinarsut.com.tr, 28 Nisan 2006.

www.sunpride.com.tr, 28 Nisan 2006.

www.tat.com.tr, 28 Nisan 2006.

www.tukas.com.tr, 28 Nisan 2006.

ÖZGEÇMİŞ

Yasemin COŞKUN KADERLİ, 01 Mart 1981 yılında Karşıyaka'da doğmuş ve ilk ve orta öğretimini aynı ilçede tamamlamıştır. 1999 yılında Şemikler Süper Lisesi' ni derece ile tamamlamıştır. COŞKUN KADERLİ aynı yıl Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesini kazanmıştır. 2003 yılında Fakülteyi derece ile tamamlamıştır.COŞKUN KADERLİ aynı yıl Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans programına başlamıştır. 2004 yılı haziranında Sultanhisar Meslek Yüksekokulu'na Öğretim Görevlisi olarak atanmıştır. Halen Nazilli Meslek Yüksekokulu'nda görev yapmakta olan COŞKUN KADERLİ, evlidir ve İngilizce bilmektedir.

EKLER

Ek-1: Seçilmiş Gıda Sektörü Firmalarının Bilânço ve Gelir Tabloları

BILANÇO	ULKER 2002/12	ULKER 2001/12	ULKER 2000/12	ULKER 1999/12	ULKER 1998/12	ULKER 1997/12	ULKER 1996/12	ULKER 1995/12	ULKER 1994/12	ULKER 1993/12
I. DÖNEN VARLIKLAR	54.003.226	51.716.150	28.854.077	20.332.864	9.155.620	7.767.067	3.705.820	3.003.646	905.973	286.362
A. Hazır Değerler	9.509.535	12.110.190	8.401.047	245.462	219.728	17.162	96.054	281.040	11.648	70.001
B. Menkul Kıymetler	505.577	1.058.000	531.448	404.000	320.000	35.000	85.500	88.635	14.000	62.000
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	15.543.431	7.558.962	13.441.867	12.419.641	5.289.792	4.354.626	2.024.574	1.561.177	274.242	6.927
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	376.518	18.052.928	36.253	18.496	41.833	5.838	3.057	8.630	7.674	31.268
E. Stoklar	23.618.586	10.252.610	3.822.676	5.606.367	2.773.063	3.026.837	1.119.395	919.346	503.197	102.863
F. Diğer Dönen Varlıklar	4.449.579	2.683.460	2.620.786	1.638.898	511.204	327.604	377.240	144.818	95.212	13.303
G. Gelecek Aylara Ait Gid.ve Gelir Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. DURAN VARLIKLAR	41.454.981	24.602.079	15.612.971	10.009.279	6.311.400	2.776.299	1.620.654	769.464	392.625	158.552
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	2.042	3.060	2.013	0	965	965	50	645	380	34.537
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	1.505	0	0	0	0	0	0

C. Finansal Duran Varlıklar	13.160.929	5.582.571	4.888.770	4.265.212	2.683.319	486.661	330.116	202.176	83.631	17.433
D. Maddi Duran Varlıklar	26.427.814	18.761.786	10.722.188	5.742.562	3.621.470	2.283.350	1.284.812	554.362	307.565	106.582
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	1.864.196	254.662	0	0	0	0	0	0	0	0
F. Diğer Duran Varlıklar	0	0	0	0	5.646	5.323	5.676	12.281	1.049	0
G. Özel Tükenmeye Tabi Varlıklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
H. Gelecek Yıllara Ait Gid. ve Gelir Tah.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A K T İ F T O P L A M I	95.458.207	76.318.229	44.467.048	30.342.143	15.467.020	10.543.366	5.326.474	3.773.110	1.298.598	444.914
I. KISA VADELİ BORÇLAR	31.129.819	30.482.909	9.881.802	11.249.331	4.823.080	5.091.424	2.872.895	2.538.710	705.428	144.949
A. Finansal Borçlar	9.531.753	19.021.161	809.052	13.987	1.704.021	1.118.073	3.878	500	20.000	2.652
B. Ticari Borçlar	14.135.962	5.748.585	4.485.312	8.003.651	1.314.673	2.806.413	680.745	1.134.345	384.126	82.825
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	3.743.720	2.897.920	1.473.691	694.761	204.387	518.779	432.290	199.111	7.202	14.032
D. Alınan Sipariş Avansları	0	0	0	0	0	0	1.611.436	1.078.488	142.380	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	3.718.384	2.815.243	3.113.747	2.536.932	1.599.999	648.159	144.546	126.266	151.720	45.440

E. Ödenecek Vergi ve Yükümlülükler	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G. Diğer Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
H. Gider Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. UZUN VADELİ BORÇLAR	8.214.714	7.408.818	7.155.181	2.207.588	1.245.755	676.677	336.585	182.980	80.357	67.187
A. Finansal Borçlar	4.470.370	4.720.801	5.704.617	12.514	22.719	33.425	15.699	15.022	2.009	20.009
B. Ticari Borçlar	0	0	0	0	0	0	0	270	129	0
C. Diğer Uzun Vadeli Borçlar	43.158	42.046	23.433	0	0	0	0	0	0	0
D. Alınan Sipariş Avansları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	3.701.186	2.645.971	1.427.131	2.195.074	1.223.036	643.252	320.886	167.688	78.219	47.178
III. ÖZ SERMAYE	56.113.674	38.426.502	27.430.065	16.885.224	9.398.185	4.775.265	2.116.994	1.051.420	512.813	232.778
A. Sermaye	13.702.500	13.702.500	6.851.250	6.851.250	2.740.500	685.125	228.375	228.375	228.375	40.000
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Hisselerle Temsil Edilmeyen Sermaye	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Emisyon Primi	0	0	12.582	12.582	16.256	0	0	0	0	0

E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	19.457.896	6.695.649	6.441.183	3.433.031	1.722.011	1.459.306	715.143	377.720	112.640	35.203
F. Yedekler	16.952.460	11.715.905	5.876.071	2.461.865	3.136.901	914.498	378.140	126.800	27.124	75.203
G. Net Dönem Karı	6.000.818	6.312.448	8.248.979	4.126.496	1.782.517	1.716.336	795.336	318.525	144.674	82.372
H. Dönem Zararı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PASİFTOPLAMI	95.458.207	76.318.229	44.467.048	30.342.143	15.467.020	10.543.366	5.326.474	3.773.110	1.298.598	444.914

KARZARAR	ULKER 2002/12	ULKER 2001/12	ULKER 2000/12	ULKER 1999/12	ULKER 1998/12	ULKER 1997/12	ULKER 1996/12	ULKER 1995/12	ULKER 1994/12	ULKER 1993/12
A. Brüt Satışlar	190.287.301	132.976.317	89.625.353	58.712.028	36.497.004	22.283.040	10.715.250	6.661.209	3.554.666	1.524.177
B. Satışlardan İndirimler (-)	-46.388.134	-32.183.490	-20.821.416	-13.448.201	-8.016.473	-3.853.937	-1.681.105	-837.520	-494.777	-4.712
C. Net Satışlar	143.899.167	100.792.827	68.803.937	45.263.827	28.480.531	18.429.103	9.034.145	5.823.689	3.059.889	1.519.465
D. Satışların Maliyeti (-)	119.341.529	-81.204.247	-51.661.048	-32.116.900	-21.766.726	-14.466.318	-6.708.397	4.159.577	-2.368.222	1.051.173
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	24.557.638	19.588.580	17.142.889	13.146.927	6.713.805	3.962.785	2.325.748	1.664.112	691.667	468.292
E. Faaliyet Giderleri (-)	-21.331.543	-16.840.265	-8.805.997	-6.208.469	-3.202.192	-1.945.306	-1.050.791	-814.636	-422.493	-391.256
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	3.226.095	2.748.315	8.336.892	6.938.458	3.511.613	2.017.479	1.274.957	849.476	269.174	77.036
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	11.875.500	18.861.544	3.148.975	1.405.055	776.680	1.089.101	639.058	258.753	87.028	50.776
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-3.955	-2.174.237	-1.825.862	-1.126.582	-447.891	-179.244	-567.854	-432.119	-53.428	0
H. Finansman Giderleri (-)	-5.910.399	-10.556.294	-431.084	-554.286	-807.976	-606.091	-322.014	-191.637	-81.301	0
FAALİYET KARI (ZARARI)	9.187.241	9.187.241	8.879.328	8.879.328	9.228.921	2.321.245	2.321.245	1.024.147	1.024.147	484.473
FAALİYET KARI (ZARARI)	9.228.921	6.662.645	6.662.645	3.032.426	3.032.426	484.473	221.473	221.473	127.812	127.812
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	5.775	26.130	2.000.471	18.702	7.654	36.140	4.835	939	1.296	0
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-20	-106.578	-64.315	-408.494	0	0	-34.779	-17.979	-18.534	0

DÖNEM KARI (ZARARI)	9.192.996	8.798.881	11.165.077	6.272.853	3.040.080	2.357.385	994.203	467.433	204.235	127.812
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-3.192.178	-3.192.178	-2.486.433	-2.486.433	-2.916.098	-641.049	-641.049	198.867	198.867	148.908
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-2.916.098	-2.146.357	-2.146.357	-1.257.563	-1.257.563	148.908	59.562	59.562	45.440	45.440
L.Cari Dönem Ertelemiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	6.000.818	6.312.448	8.248.979	4.126.496	1.782.517	1.716.336	795.336	318.525	144.673	82.372

BİLANÇO	VANET 2002/12	VANET 2001/12	VANET 2000/12	VANET 1999/12	VANET 1998/12	VANET 1997/12	VANET 1996/12	VANET 1995/12	VANET 1994/12	VANET 1993/12
I. DÖNEN VARLIKLAR	6.985.149	3.382.730	4.357.274	3.785.230	2.434.799	915.705	474.460	499.883	78.291	34.997
A. Hazır Değerler	806.049	44.224	44.689	30.897	70.957	10.102	10.280	165.570	13.445	6.797
B. Menkul Kıymetler	563.116	487.425	0	337.115	0	0	33.423	0	4.370	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	3.308.473	1.355.717	1.309.453	1.064.958	815.980	382.128	131.547	5.245	21.399	6.641
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	9.683	600	880	2.400	0	0	0	0	0	55
E. Stoklar	2.214.578	1.414.512	2.881.464	2.330.870	1.496.977	512.553	298.271	318.538	38.693	20.266
F. Diğer Dönen Varlıklar	83.250	80.252	120.788	18.990	50.885	10.922	939	10.530	384	1.238
G. Gelecek Aylara Ait Gid.ve Gelir Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. DURAN VARLIKLAR	8.799.100	7.090.397	4.175.721	2.078.513	1.366.158	811.747	437.390	268.152	133.000	61.774
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	1.009	559	944	323	209	9	9	8	7	11
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Finansal Duran Varlıklar	35.042	33.737	33.737	33.737	7.281	4.381	352	352	352	32
D. Maddi Duran Varlıklar	8.763.049	7.056.101	4.137.236	2.041.189	1.358.668	807.182	433.258	266.916	131.299	61.575
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
F. Diğer Duran Varlıklar	0	0	3.804	3.264	0	175	3.771	876	1.342	156

C. Diğer Uzun Vadeli Borçlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Alınan Sipariş Avansları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	576.935	517.460	617.874	307.025	178.743	76.787	27.354	13.340	5.534	2.842
III. ÖZ SERMAYE	10.605.971	8.933.078	4.703.310	3.443.863	1.889.263	928.696	497.511	290.868	147.140	69.685
A. Sermaye	4.200.000	4.200.000	300.000	300.000	300.000	12.500	12.500	12.500	12.500	12.500
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Hisselerle Temsil Edilmeyen Sermaye	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Emisyon Primi	700.214	700.214	250.645	250.645	250.645	0	0	0	0	0
E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	5.388.175	2.746.754	2.909.664	1.792.363	1.162.023	797.107	449.439	255.953	128.018	63.794
F. Yedekler	1.286.110	1.243.001	1.120.923	176.595	69.089	25.571	13.666	994	48	18
G. Net Dönem Karı	0	43.109	122.078	924.260	107.506	93.518	21.906	17.975	13.199	6.150
H. Dönem Zararı (-)	-968.528	0	0	0	0	0	0	0	0	0
I. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	-12.624	12.777
PASİFTOPLAMI	15.784.249	10.473.127	8.532.995	5.863.743	3.800.957	1.727.452	911.850	768.035	211.291	96.771

KARZARAR	VANET 2002/12	VANET 2001/12	VANET 2000/12	VANET 1999/12	VANET 1998/12	VANET 1997/12	VANET 1996/12	VANET 1995/12	VANET 1994/12	VANET 1993/12
A. Brüt Satışlar	12.899.287	19.568.786	20.330.936	14.253.031	7.479.488	3.495.268	2.006.805	1.245.871	353.592	130.139
B. Satışlardan İndirimler (-)	-1.617.016	-1.512.696	-921.290	-723.131	-511.743	-154.653	-54.424	-23.237	-8.536	-2.263
C. Net Satışlar	11.282.271	18.056.090	19.409.646	13.529.900	6.967.745	3.340.615	1.952.381	1.222.634	345.056	127.876
D. Satışların Maliyeti (-)	-9.383.001	-15.120.624	-16.353.816	-10.913.121	5.675.980	2.658.870	-1.677.388	1.085.356	304.531	-105.097
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	1.899.270	2.935.466	3.055.830	2.616.779	1.291.765	681.745	274.993	137.278	40.525	22.779
E. Faaliyet Giderleri (-)	-3.021.944	-3.041.285	-2.720.872	-1.436.504	-789.435	-394.176	-160.918	-106.625	-38.686	-15.666
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	-1.122.674	-105.819	334.958	1.180.275	502.330	287.569	114.075	30.653	1.839	7.113
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	216.437	354.201	68.100	257.638	39.341	33.377	31.528	16.136	22.613	6.455
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-24.513	-34.242	-86.980	-170.189	-62.257	-23.742	-11.322	-9.530	-2.838	0
H. Finansman Giderleri (-)	-176	-72.259	-192.644	-149.232	-356.976	-119.427	-91.857	-10.393	0	-1.999
FAALİYET KARI (ZARARI)	-930.926	-930.926	141.881	141.881	123.434	177.777	42.424	42.424	26.866	26.866
FAALİYET KARI (ZARARI)	123.434	1.118.492	1.118.492	122.438	122.438	26.866	21.614	21.614	11.569	11.569
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	35.976	39.539	29.627	8.405	25.824	12.460	4.883	123	441	0
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-73.578	-138.311	-30.983	-26.299	-2.604	-3.419	-1.537	-1.241	-8.654	-5.420
DÖNEM KARI (ZARARI)	-968.528	43.109	122.078	1.100.598	145.658	186.818	45.770	25.748	13.401	6.149
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	0	0	0	0	0	-93.300	23.865	23.865	7.773	7.773
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	0	-176.338	-176.338	-38.152	-38.152	7.773	201	201	0	0

L.Cari Dönem Ertelenmiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	-968.528	43.109	122.078	924.260	107.506	93.518	21.905	17.975	13.200	6.149

BILANCO	TUKAS 2002/12	TUKAS 2001/12	TUKAS 2000/12	TUKAS 1999/12	TUKAS 1998/12	TUKAS 1997/12	TUKAS 1996/12	TUKAS 1995/12	TUKAS 1994/12	TUKAS 1993/12
I. DÖNEN VARLIKLAR	92.454.977	44.350.981	15.567.020	11.501.355	6.788.327	3.708.869	1.570.655	1.198.302	492.967	181.318
A. Hazır Değerler	16.208.190	688.635	739.326	794.988	142.155	5.422	1.183	7.471	9.680	2.108
B. Menkul Kıymetler	0	0	1.206.111	327.960	3.711	222.037	43.550	46.435	64.157	17.511
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	22.874.624	13.456.129	5.343.409	3.414.741	2.478.749	1.481.654	478.999	426.367	255.507	78.190
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	2.551.350	1.496.087	307.674	274.673	73.876	31.568	2.308	2.444	270	1.077
E. Stoklar	48.650.303	26.023.032	7.485.657	6.384.478	3.998.655	1.897.315	922.850	626.755	153.065	82.301
F. Diğer Dönen Varlıklar	2.170.510	2.687.098	484.843	304.515	91.181	70.873	121.765	88.830	10.288	131
G. Gelecek Aylara Ait Gid.ve Gelir Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. DURAN VARLIKLAR	15.337.196	9.481.390	3.721.327	2.416.531	1.406.219	747.889	501.845	133.241	63.044	35.382
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	9.370	6.267	3.046	3.046	477	140	135	60	69	128
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Finansal Duran Varlıklar	0	0	0	0	0	0	43.550	0	0	0
D. Maddi Duran Varlıklar	15.032.303	9.380.847	3.682.679	2.392.132	1.392.411	742.201	434.545	127.288	60.413	31.435
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	196.365	58.142	26.432	11.483	3.934	1.795	7	195	25	3.819
F. Diğer Duran Varlıklar	99.158	36.134	9.170	9.870	9.397	3.753	23.608	5.698	2.537	0

G. Özel Tükenmeye Tabi Varlıklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
H. Gelecek Yıllara Ait Gid. ve Gelir Tah.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A K T İ F T O P L A M I	107.792.173	53.832.371	19.288.347	13.917.886	8.194.546	4.456.758	2.072.500	1.331.543	556.011	216.700
I. KISA VADELİ BORÇLAR	62.867.931	32.229.104	11.058.014	8.495.269	3.541.586	2.419.091	1.260.021	750.932	222.746	81.502
A. Finansal Borçlar	29.584.321	21.672.285	8.660.656	6.908.856	2.374.810	1.746.996	958.503	512.902	47.030	61.615
B. Ticari Borçlar	15.761.400	8.366.699	1.351.987	1.098.033	641.478	223.253	70.492	30.527	8.154	13.959
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	16.907.017	1.037.172	421.007	332.407	161.024	250.499	191.145	74.802	10.024	5.902
D. Alınan Sipariş Avansları	293.261	15.486	52.085	42.130	5.906	3.870	930	2.110	430	25
E. Borç ve Gider Karşılıkları	321.932	1.137.462	572.279	113.843	358.368	194.473	38.951	130.591	157.108	0
E. Ödenecek Vergi ve Yükümlülükler	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G. Diğer Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
H. Gider Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. UZUN VADELİ BORÇLAR	27.415.472	9.040.213	2.285.737	1.217.505	1.216.525	411.741	123.711	45.489	12.526	0
A. Finansal Borçlar	25.796.139	7.791.263	91.283	133.332	558.767	102.375	0	0	0	0
B. Ticari Borçlar	16.346	28.680	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Diğer Uzun Vadeli Borçlar	0	0	0	1.376	7.101	0	0	0	0	0
D. Alınan Sipariş Avansları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	1.602.987	1.220.270	2.194.454	1.082.797	650.657	309.366	123.711	45.489	12.526	0

III. ÖZ SERMAYE	17.508.770	12.563.054	5.944.596	4.205.112	3.436.435	1.625.926	688.768	535.122	320.739	135.198
A. Sermaye	11.500.000	7.250.000	4.560.000	3.270.000	2.000.000	1.066.000	495.000	165.000	94.500	61.800
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Hisselerle Temsil Edilmeyen Sermaye	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Emisyon Primi	9.430	9.430	5.415	2.552	2.552	1.367	510	30	0	0
E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	4.147.674	1.838.441	1.241.734	650.136	499.119	282.483	87.185	53.395	31.421	12.078
F. Yedekler	303.834	137.447	132.022	124.106	77.019	61.829	50.878	29.875	9.236	3.782
G. Net Dönem Karı	1.547.832	3.327.736	5.425	158.318	857.745	214.247	55.195	286.822	185.582	57.538
H. Dönem Zararı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
I. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
P A S İ F T O P L A M I	107.792.173	53.832.371	19.288.347	13.917.886	8.194.546	4.456.758	2.072.500	1.331.543	556.011	216.700

KAR ZARAR	TUKAS 2002/12	TUKAS 2001/12	TUKAS 2000/12	TUKAS 1999/12	TUKAS 1998/12	TUKAS 1997/12	TUKAS 1996/12	TUKAS 1995/12	TUKAS 1994/12	TUKAS 1993/12
A. Brüt Satışlar	114.636.305	50.299.445	19.452.239	13.236.974	9.253.688	4.845.746	2.346.371	1.474.927	868.937	243.039
B. Satışlardan İndirimler (-)	-22.256.923	-6.114.342	-1.669.012	-1.266.581	-708.191	-278.611	-149.894	-88.244	-30.222	-12.300
C. Net Satışlar	92.379.382	44.185.103	17.783.227	11.970.393	8.545.497	4.567.135	2.196.477	1.386.683	838.715	230.739
D. Satışların Maliyeti (-)	-67.671.305	29.523.754	12.357.844	-7.777.724	5.042.654	2.714.558	1.574.896	-749.762	379.844	136.228
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	24.708.077	14.661.349	5.425.383	4.192.669	3.502.843	1.852.577	621.581	636.921	458.871	94.511
E. Faaliyet Giderleri (-)	-17.269.686	-9.225.473	-4.479.664	-2.641.818	1.603.083	-784.508	-401.095	-192.783	116.077	-35.759
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	7.438.391	5.435.876	945.719	1.550.851	1.899.760	1.068.069	220.486	444.138	342.794	58.752
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	5.767.575	8.022.892	3.013.096	2.089.848	651.570	158.973	134.893	152.261	44.599	8.810
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-989.638	-534.691	-270.628	-120.864	-188.035	-85.962	-70.870	-30.584	-15.393	-4.009
H. Finansman Giderleri (-)	-10.074.584	-9.189.297	-2.911.368	-2.940.415	1.160.238	-751.259	-196.815	-146.666	-29.329	-12.791
FAALİYET KARI (ZARARI)	2.141.744	2.141.744	3.734.780	3.734.780	776.819	389.821	87.694	87.694	419.149	419.149
FAALİYET KARI (ZARARI)	776.819	579.420	579.420	1.203.057	1.203.057	419.149	342.671	342.671	50.762	50.762
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	640.127	1.328.898	164.785	54.790	47.594	30.523	10.332	1.659	5.878	8.094
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-953.147	-759.263	-363.900	-362.049	-34.538	-13.297	-3.880	-3.395	-6.450	-1.318

DÖNEM KARI (ZARARI)	1.828.724	4.304.415	577.704	272.161	1.216.113	407.047	94.146	417.413	342.099	57.538
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-280.892	-280.892	-976.679	-976.679	-572.279	-192.800	38.951	38.951	130.591	130.591
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-572.279	-113.843	-113.843	-358.368	-358.368	130.591	156.517	156.517	13.030	13.030
L.Cari Dönem Ertelenmiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	1.547.832	3.327.736	5.425	158.318	857.745	214.247	55.195	286.822	185.582	44.508

BILANCO	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS
	2002/12	2001/12	2000/12	1999/12	1998/12	1997/12	1996/12	1995/12	1994/12	1993/12
I. DÖNEN VARLIKLAR	68.399.364	52.511.285	32.019.359	23.853.431	15.044.902	7.872.052	5.446.364	3.308.995	1.524.056	564.812
A. Hazır Değerler	6.569.543	8.674.018	1.105.860	27.467	18.114	17.268	26.033	50.012	40.561	9.223
B. Menkul Kıymetler	0	0	2.647.713	2.475.599	235.000	194.247	235.787	1.220	214.400	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	17.744.371	13.136.479	6.918.973	4.800.465	3.603.165	1.917.370	988.795	842.569	398.624	167.499
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	475.741	4.146	271.882	44.808	50.286	174	5.201	6.279	555	131
E. Stoklar	37.784.347	26.173.789	18.223.611	14.345.103	9.425.190	4.754.943	3.226.935	1.802.263	643.050	316.548
F. Diğer Dönen Varlıklar	5.825.362	4.522.853	2.851.320	2.159.989	1.713.147	988.050	963.613	606.652	226.866	71.411
G. Gelecek Aylara Ait Gid.ve Gelir Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. DURAN VARLIKLAR	20.468.767	13.709.414	10.181.455	7.219.003	6.154.447	3.711.827	2.041.221	1.341.856	239.293	84.759
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	5.089	6.425	5.013	823	709	1.088	1.177	1.122	1.090	1.169
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0	10.289	9.614	63.632	1.647	480	9.329
C. Finansal Duran Varlıklar	1.600.964	1.361.804	1.158.420	1.163.235	1.077.188	812.602	708.996	613.706	13.980	-375
D. Maddi Duran Varlıklar	18.775.683	12.236.939	8.896.302	6.034.966	5.052.165	2.877.015	1.265.150	722.690	223.562	74.485
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	87.031	104.246	121.720	19.979	14.096	11.508	2.266	2.691	181	151
F. Diğer Duran Varlıklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G. Özel Tükenmeye Tabi Varlıklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
H. Gelecek Yıllara Ait Gid. ve Gelir Tah.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A K T İ F T O P L A M I	88.868.131	66.220.699	42.200.814	31.072.434	21.199.349	11.583.879	7.487.585	4.650.851	1.763.349	649.571
I. KISA VADELİ BORÇLAR	35.958.949	28.426.994	17.561.703	13.894.269	11.610.535	3.114.406	2.998.595	2.347.140	730.092	290.650
A. Finansal Borçlar	3.000.000	3.143.715	1.978.142	1.180.058	6.044.131	552.135	944.902	1.056.484	38.416	43.385
B. Ticari Borçlar	12.250.197	5.436.592	5.785.325	5.598.707	2.860.633	1.137.155	954.479	523.182	124.603	73.294
C. Diğer Kısa Vadeli Borçlar	3.283.676	2.957.482	2.222.128	1.454.600	1.553.167	1.068.543	816.002	271.678	178.409	77.417
D. Alınan Sipariş Avansları	10.130.397	11.488.054	4.638.899	4.059.574	725.275	27.726	127.239	121.958	59.779	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	7.294.679	5.401.151	2.937.209	1.601.330	427.329	328.847	155.973	373.838	328.885	96.554
E. Ödenecek Vergi ve Yükümlülükler	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G. Diğer Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
H. Gider Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. UZUN VADELİ BORÇLAR	5.229.113	3.882.414	2.413.062	1.337.994	765.142	2.490.437	1.337.182	123.170	56.884	41.188
A. Finansal Borçlar	0	0	1.633	4.408	9.511	2.061.369	1.085.710	9.554	1.546	2.247
B. Ticari Borçlar	55	55	55	55	55	55	62	62	62	62
C. Diğer Uzun Vadeli Borçlar	0	0	0	0	0	0	51.184	0	0	0
D. Alınan Sipariş Avansları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	5.229.058	3.882.359	2.411.374	1.333.531	755.576	429.013	200.226	113.554	55.276	38.879
III. ÖZ SERMAYE	47.680.069	33.911.291	22.226.049	15.840.171	8.823.672	5.979.036	3.151.808	2.180.541	976.373	317.733
A. Sermaye	10.500.000	10.500.000	7.000.000	7.000.000	2.475.000	2.250.000	900.000	450.000	180.000	90.000

B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Hisselerle Temsil Edilmeyen Sermaye	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Emisyon Primi	30.105	30.105	30.105	30.105	17.731	17.731	13.326	8.907	8.907	0
E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	16.709.711	9.408.675	7.417.687	4.090.202	3.217.503	1.168.693	540.731	202.228	103.126	70.962
F. Yedekler	9.299.493	5.551.145	4.417.406	3.040.107	2.060.728	1.544.914	1.187.538	293.462	71.034	47.235
G. Net Dönem Karı	11.140.760	8.421.366	3.360.851	1.679.757	1.052.710	997.698	510.213	1.225.944	613.306	109.536
H. Dönem Zararı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
I. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
P A S İ F T O P L A M I	88.868.131	66.220.699	42.200.814	31.072.434	21.199.349	11.583.879	7.487.585	4.650.851	1.763.349	649.571

KARZARAR	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS	TATKS
	2002/12	2001/12	2000/12	1999/12	1998/12	1997/12	1996/12	1995/12	1994/12	1993/12
A. Brüt Satışlar	99.756.152	66.275.939	42.028.342	29.869.081	19.263.929	11.065.212	6.043.027	4.373.729	2.136.525	841.599
B. Satışlardan İndirimler (-)	-2.712.214	-1.027.780	-674.814	-601.103	-211.787	-236.657	-70.015	-34.467	-24.220	-5.686
C. Net Satışlar	97.043.938	65.248.159	41.353.528	29.267.978	19.052.142	10.828.555	5.973.012	4.339.262	2.112.305	835.913
D. Satışların Maliyeti (-)	-66.350.530	-40.174.952	-28.225.962	-19.281.595	-12.506.443	-6.849.832	-3.607.141	-2.199.482	-984.747	-477.035
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	30.693.408	25.073.207	13.127.566	9.986.383	6.545.699	3.978.723	2.365.871	2.139.780	1.127.558	358.878
E. Faaliyet Giderleri (-)	-14.769.651	-10.097.643	-6.901.318	-4.592.484	-2.783.008	-1.691.264	-918.206	-594.545	-275.529	-123.484
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	15.923.757	14.975.564	6.226.248	5.393.899	3.762.691	2.287.459	1.447.665	1.545.235	852.029	235.394
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	3.853.503	2.875.148	1.103.447	1.591.711	566.582	497.176	465.319	402.556	90.516	18.322
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-656.499	-963.911	-636.139	-297.375	-67.701	-17.979	-28.102	-13.799	-1.519	-4.787
H. Finansman Giderleri (-)	-856.078	-3.332.453	-499.329	-2.792.677	-3.032.050	-1.554.590	-1.218.938	-320.427	-49.881	-49.468
FAALİYET KARI (ZARARI)	18.264.683	18.264.683	13.554.348	13.554.348	6.194.227	1.212.066	665.944	665.944	1.613.565	1.613.565
FAALİYET KARI (ZARARI)	6.194.227	3.895.558	3.895.558	1.229.522	1.229.522	1.212.066	891.145	891.145	199.461	199.461
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	85.040	5.139	154.469	109.740	4.859	12.286	242	11.354	81.896	7.529
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-728.620	-811.687	-571.520	-1.059.033	-217	-7.105	0	-25.137	-30.850	-900
DÖNEM KARI (ZARARI)	17.621.103	12.747.800	5.777.176	2.946.265	1.234.164	1.217.247	666.186	1.599.782	942.191	206.090
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-6.480.343	-6.480.343	-4.326.434	-4.326.434	-2.416.325	-219.549	155.973	155.973	373.838	373.838
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-2.416.325	-1.266.508	-1.266.508	-181.454	-181.454	-219.549	328.885	328.885	96.554	96.554
L. Cari Dönem Ertelenmiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	11.140.760	8.421.366	3.360.851	1.679.757	1.052.710	997.698	510.213	1.225.944	613.306	109.536

D. Emisyon Primi	15.845	15.845	15.845	15.845	10.886	10.886	10.886	652	652	0
E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	26.762.163	11.599.056	10.892.355	5.033.432	4.938.894	2.068.819	526.598	402.609	103.810	43.894
F. Yedekler	2.003.517	2.495.986	2.861.395	1.420.830	1.153.251	154.318	56.157	40.162	38.402	4.038
G. Net Dönem Karı	3.154.503	2.788.486	4.092.558	3.261.698	1.830.533	1.036.843	668.452	105.016	9.367	68.734
H. Dönem Zararı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
I. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
P A S İ F T O P L A M I	159.961.946	119.868.569	78.101.984	37.497.061	21.053.585	13.157.414	6.566.529	2.280.258	1.213.819	536.189

KARZARAR	PNSUT 2002/12	PNSUT 2001/12	PNSUT 2000/12	PNSUT 1999/12	PNSUT 1998/12	PNSUT 1997/12	PNSUT 1996/12	PNSUT 1995/12	PNSUT 1994/12	PNSUT 1993/12
A. Brüt Satışlar	237.403.133	189.589.177	140.950.811	88.235.485	54.152.283	29.048.831	13.324.589	6.565.252	2.993.447	1.377.202
B. Satışlardan İndirimler (-)	-47.038.836	-35.326.878	-23.936.218	-15.788.226	-8.851.556	-4.564.868	-2.075.625	-1.070.621	-494.391	-205.461
C. Net Satışlar	190.364.297	154.262.299	117.014.593	72.447.259	45.300.727	24.483.963	11.248.964	5.494.631	2.499.056	1.171.741
D. Satışların Maliyeti (-)	-151.100.598	-115.010.047	-85.391.023	-51.879.297	-34.175.608	-18.090.155	-8.248.196	-4.248.871	-1.710.126	-774.926
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	39.263.699	39.252.252	31.623.570	20.567.962	11.125.120	6.393.808	3.000.768	1.245.760	788.930	396.815
E. Faaliyet Giderleri (-)	-27.719.348	-23.461.776	-22.822.249	-12.066.072	-5.337.559	-2.943.857	-1.607.775	-699.001	-351.271	-174.300
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	11.544.351	15.790.476	8.801.321	8.501.890	5.787.561	3.449.951	1.392.993	546.759	437.659	222.515
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	19.858.548	33.994.408	1.890.748	1.324.801	1.328.737	490.277	258.474	91.749	81.710	18.956
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-511.115	-253.061	-671.038	-297.695	-1.026.769	-229.515	-152.172	-60.960	-20.087	-13.550
H. Finansman Giderleri (-)	-26.247.038	-44.947.963	-3.940.754	-4.228.343	-3.912.876	-2.546.123	-752.069	-465.495	-460.374	-111.936
FAALİYET KARI (ZARARI)	4.644.746	4.644.746	4.583.860	4.583.860	6.080.277	1.164.590	747.226	747.226	112.053	112.053
FAALİYET KARI (ZARARI)	6.080.277	5.300.653	5.300.653	2.176.653	2.176.653	1.164.590	38.908	38.908	115.985	115.985
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	940.393	130.415	225.775	98.742	57.943	65.089	22.808	89.456	4.370	3.394
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-128.940	-49.257	-87.149	-1.305.064	-30.925	-29.200	-340	-69.474	-21.378	-772
DÖNEM KARI (ZARARI)	5.456.199	4.665.018	6.218.903	4.094.331	2.203.672	1.200.480	769.694	132.035	21.900	118.607
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-2.301.696	-2.301.696	-1.876.532	-1.876.532	-2.126.345	-163.637	101.242	101.242	27.019	27.019
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-2.126.345	-832.633	-832.633	-373.138	-373.138	-163.637	12.533	12.533	49.873	49.873
L.Cari Dönem Ertelenmiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	3.154.503	2.788.486	4.092.558	3.261.698	1.830.533	1.036.843	668.452	105.016	9.367	68.734

BILANCO	BANVT 2002/12	BANVT 2001/12	BANVT 2000/12	BANVT 1999/12	BANVT 1998/12	BANVT 1997/12	BANVT 1996/12	BANVT 1995/12	BANVT 1994/12	BANVT 1993/12
I. DÖNEN VARLIKLAR	53.512.703	37.829.660	33.575.431	21.440.564	12.972.166	4.000.167	1.289.888	797.894	235.927	85.643
A. Hazır Değerler	7.039.774	6.013.967	11.902.406	5.750.864	3.296.972	902.545	159.555	314.292	23.085	7.093
B. Menkul Kıymetler	0	347.000	3.409.375	3.995.415	4.442.195	762.778	0	0	760	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	18.358.631	10.261.362	4.714.515	2.899.450	1.562.626	796.782	299.739	104.721	47.813	32.199
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	3.967.982	3.337.871	4.750.481	153.249	37.553	15.150	18.419	4.358	2.926	2.333
E. Stoklar	22.535.429	16.620.300	8.329.044	5.687.536	3.413.966	1.333.028	642.364	312.909	121.662	36.574
F. Diğer Dönen Varlıklar	1.610.887	1.249.160	469.610	2.954.050	218.854	189.884	169.811	61.614	39.681	7.444
G. Gelecek Aylara Ait Gid.ve Gelir Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. DURAN VARLIKLAR	55.620.064	45.391.797	16.941.078	8.417.411	3.251.925	1.580.767	862.010	358.091	163.406	52.387
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	2.880	2.312	1.597	1.299	491	1.010	327	271	0	0
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	16.351	15.358	14.986	14.291	13.241	12.461	12.461	12.241	0	0
C. Finansal Duran Varlıklar	3.093.876	2.196.530	1.092.619	116.926	84.844	66.844	17.492	9.986	2.548	1.005
D. Maddi Duran Varlıklar	50.331.116	39.201.261	15.127.087	7.933.516	3.082.149	1.448.981	821.660	327.790	156.761	51.003
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	2.119.585	3.907.720	610.230	327.875	39.109	2.174	2.749	1.489	1.230	0
F. Diğer Duran Varlıklar	56.256	68.616	94.559	23.504	32.091	49.297	7.321	6.314	2.867	379

D. Alınan Sipariş Avansları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	4.176.096	2.627.038	1.734.344	1.117.549	525.823	250.860	106.893	52.887	26.666	13.300
III. ÖZ SERMAYE	38.744.768	15.219.149	21.874.972	16.132.462	8.938.001	1.894.749	771.986	612.042	155.838	59.193
A. Sermaye	9.026.000	9.026.000	9.026.000	6.000.000	1.500.000	550.000	194.000	121.095	44.850	19.500
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Hisselerle Temsil Edilmeyen Sermaye	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Emisyon Primi	3.160.786	3.160.786	3.160.786	2.662	2.662	162	0	58	0	0
E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	29.714.286	9.530.215	4.819.399	1.625.041	645.288	372.935	134.379	73.637	44.512	14.904
F. Yedekler	4.400.510	4.354.181	3.964.297	875.510	204.381	152.608	417.252	27.167	11.162	8.620
G. Net Dönem Karı	3.295.219	0	904.490	7.629.249	6.585.670	819.044	26.355	390.085	55.314	16.169
H. Dönem Zararı (-)	0	10.852.033	0	0	0	0	0	0	0	0
I. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	-10.852.033	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PASİFTOPLAMI	109.132.767	83.221.457	50.516.509	29.857.975	16.224.091	5.580.934	2.151.898	1.155.985	399.333	138.030

KARZARAR	BANVT 2002/12	BANVT 2001/12	BANVT 2000/12	BANVT 1999/12	BANVT 1998/12	BANVT 1997/12	BANVT 1996/12	BANVT 1995/12	BANVT 1994/12	BANVT 1993/12
A. Brüt Satışlar	195.067.166	139.278.259	84.069.932	53.656.376	29.854.575	13.911.650	7.364.838	3.528.888	1.189.090	484.831
B. Satışlardan İndirimler (-)	-10.236.023	-7.269.099	-2.941.581	-1.628.208	-812.215	-303.865	-85.697	-29.698	-12.586	-7.488
C. Net Satışlar	184.831.143	132.009.160	81.128.351	52.028.168	29.042.360	13.607.785	7.279.141	3.499.190	1.176.504	477.343
D. Satışların Maliyeti (-)	-149.472.661	117.894.391	64.727.305	-36.021.396	-17.170.787	-10.445.477	6.272.298	2.456.580	-917.038	-353.607
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	35.358.482	14.114.769	16.401.046	16.006.772	11.871.573	3.162.308	1.006.843	1.042.610	259.466	123.736
E. Faaliyet Giderleri (-)	-26.389.550	-30.303.797	16.433.487	-8.065.596	-3.732.811	-1.563.728	-848.883	-416.327	-149.295	-75.274
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	8.968.932	-16.189.028	-32.441	7.941.176	8.138.762	1.598.580	157.960	626.283	110.171	48.462
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	19.296.046	25.135.294	6.181.895	7.363.858	2.334.767	433.187	72.688	56.570	8.562	1.160
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-20.717.972	-17.573.746	-2.675.243	-2.208.857	-644.118	-14.338	-1.166	-577	-902	-801
H. Finansman Giderleri (-)	-2.401.985	-1.696.503	-1.314.591	-366.302	-310.091	-320.784	-126.082	-32.639	-18.905	-10.353
FAALİYET KARI (ZARARI)	5.145.021	5.145.021	10.323.983	12.729.875	12.729.875	9.519.320	103.400	103.400	649.637	649.637
FAALİYET KARI (ZARARI)	-10.323.983	2.159.620	2.159.620	1.696.645	1.696.645	103.400	98.926	98.926	38.468	38.468
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	5.166.052	204.425	414.933	12.878	9.246	9.014	3.795	15.943	2.031	708
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-5.014.658	-187.824	-431.487	-1.932.434	-604.936	-588.292	-69.262	-32.452	-9.665	-1.922
DÖNEM KARI (ZARARI)	5.296.415	-10.307.382	2.143.066	10.810.319	8.923.630	1.117.367	37.933	633.128	91.292	37.254
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-2.001.196	-2.001.196	-544.651	-3.181.070	-3.181.070	-2.337.960	11.578	11.578	243.043	243.043

K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-544.651	-1.238.576	-1.238.576	-298.323	-298.323	11.578	35.978	35.978	21.085	21.085
L.Cari Dönem Ertilenmiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	3.295.219	-10.852.033	904.490	7.629.249	6.585.670	819.044	26.355	390.085	55.314	16.169

BILANCO	FRIGO 2002/12	FRIGO 2001/12	FRIGO 2000/12	FRIGO 1999/12	FRIGO 1998/09	FRIGO 1997/12	FRIGO 1996/12	FRIGO 1995/12	FRIGO 1994/12	FRIGO 1993/12
I. DÖNEN VARLIKLAR	14.545.706	11.162.947	6.116.420	4.685.068	3.019.000	2.154.315	1.499.648	622.131	319.751	84.706
A. Hazır Değerler	1.307.160	987.276	15.411	10.564	21.637	50.747	4.373	3.496	2.784	674
B. Menkul Kıymetler	0	58.824	864.833	369.192	270.000	119.925	167.835	24.513	3.404	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	2.932.962	2.969.883	491.029	426.288	284.581	388.477	127.043	116.064	114.094	23.479
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	542.861	599.038	336.855	395.143	322.797	142.005	49.972	121.323	2.426	84
E. Stoklar	9.471.994	6.314.716	4.323.582	3.439.698	2.045.730	1.401.023	1.044.151	300.860	171.627	60.469
F. Diğer Dönen Varlıklar	290.729	233.210	84.710	44.183	74.255	52.138	106.274	55.875	25.416	0
G. Gelecek Aylara Ait Gid.ve Gelir Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. DURAN VARLIKLAR	9.069.375	6.392.773	3.920.711	3.223.450	1.958.610	1.321.958	649.922	385.813	188.765	48.083
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	629	2.055	1.063	279	95	0	0	0	0	0
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0	0	114	12.269	3.396	125	0
C. Finansal Duran Varlıklar	4.996	4.996	4.996	4.996	4.996	4.996	0	0	0	588
D. Maddi Duran Varlıklar	9.018.487	6.352.875	3.876.469	3.165.707	1.928.060	1.292.051	634.412	378.340	186.405	47.277
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	45.263	32.669	37.718	46.520	203	135	157	66	34	0
F. Diğer Duran Varlıklar	0	178	465	5.948	25.256	24.662	3.084	4.011	2.201	218

E. Borç ve Gider Karşılıkları	332.441	253.793	171.397	165.577	44.193	28.536	15.085	4.698	1.146	3.208
III. ÖZ SERMAYE	4.866.889	3.838.951	2.791.589	2.071.535	1.320.553	891.056	487.372	329.925	75.178	9.807
A. Sermaye	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	240.000	240.000	240.000	40.000	10.000	3.760
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Hisselerle Temsil Edilmeyen Sermaye	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Emisyon Primi	7.430	7.430	7.430	7.430	7.430	7.430	0	151.430	0	0
E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	4.923.276	2.908.627	1.633.848	707.517	827.406	446.447	199.774	72.969	18.784	4.352
F. Yedekler	151.369	151.369	158.006	103.238	199.202	40.167	20.957	6.818	183	125
G. Net Dönem Karı	0	0	0	53.350	46.515	157.012	26.641	58.708	46.211	1.807
H. Dönem Zararı (-)	-986.710	-220.780	-207.695	0	0	0	0	0	0	0
I. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	-428.476	-207.695	0	0	0	0	0	0	0	-237
PASİFTOPLAMI	23.615.081	17.555.720	10.037.131	7.908.518	4.977.610	3.476.273	2.149.570	1.007.944	508.516	132.789

KARZARAR	FRIGO 2002/12	FRIGO 2001/12	FRIGO 2000/12	FRIGO 1999/12	FRIGO 1998/09	FRIGO 1997/12	FRIGO 1996/12	FRIGO 1995/12	FRIGO 1994/12	FRIGO 1993/12
A. Brüt Satışlar	17.763.034	17.201.881	6.473.279	6.356.438	2.831.319	2.980.659	1.075.597	800.015	496.433	115.296
B. Satışlardan İndirimler (-)	-512.234	-322.778	-65.677	-12.258	-17.636	-1.716	-30.342	-1.691	-452	0
C. Net Satışlar	17.250.800	16.879.103	6.407.602	6.344.180	2.813.683	2.978.943	1.045.255	798.324	495.981	115.296
D. Satışların Maliyeti (-)	-14.423.522	-13.382.871	-5.617.844	5.132.535	-2.391.678	-2.370.031	-811.065	652.245	-331.251	-82.871
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	2.827.278	3.496.232	789.758	1.211.645	422.005	608.912	234.190	146.079	164.730	32.425
E. Faaliyet Giderleri (-)	-2.778.304	-1.679.196	-825.238	-567.669	-204.495	-223.569	-113.654	-62.398	-41.452	-18.983
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	48.974	1.817.036	-35.480	643.976	217.510	385.343	120.536	83.681	123.278	13.442
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	589.933	771.076	246.873	332.664	217.705	90.344	68.750	33.819	1.655	255
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-191.542	-154.425	-115.763	-31.242	-22.900	-8.732	-6.368	-2.815	-18	0
H. Finansman Giderleri (-)	-1.441.413	-2.665.200	-441.955	-847.031	-341.385	-302.891	-166.747	-73.557	-45.227	-11.890
FAALİYET KARI (ZARARI)	-994.048	-994.048	-231.513	-231.513	-346.325	164.064	16.171	16.171	41.128	41.128
FAALİYET KARI (ZARARI)	-346.325	98.367	98.367	70.930	70.930	164.064	79.688	79.688	1.807	1.807
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	25.582	18.793	152.142	26.453	21.380	2.263	47.131	31.491	0	0
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-18.244	-8.060	-947	-15.886	0	-18	-32.555	-2.389	-4.244	0
DÖNEM KARI (ZARARI)	-986.710	-220.780	-195.130	108.934	92.310	166.309	30.747	70.230	75.444	1.807
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	0	0	0	0	-12.565	-9.297	4.106	4.106	11.522	11.522
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-12.565	-55.584	-55.584	-45.795	-45.795	-9.297	29.233	29.233	219	219

L.Cari Dönem Ertelenmiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	-986.710	-220.780	-207.695	53.350	46.515	157.012	26.641	58.708	46.211	1.588

BİLANÇO	KENT 2002/12	KENT 2001/12	KENT 2000/12	KENT 1999/12	KENT 1998/12	KENT 1997/12	KENT 1996/12	KENT 1995/12	KENT 1994/12	KENT 1993/12
I. DÖNEN VARLIKLAR	67.941.909	57.157.231	38.436.401	24.798.142	19.106.568	10.289.179	4.991.404	2.574.609	1.802.116	386.899
A. Hazır Değerler	13.595.122	113.962	151.047	129.695	142.514	74.903	256.233	39.327	117.509	5.304
B. Menkul Kıymetler	487.139	493.192	214.313	0	0	24.647	47.505	2.199	0	26.036
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	33.984.597	42.557.327	30.078.073	17.778.165	14.864.447	7.060.875	3.235.005	1.915.414	1.239.569	237.307
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	1.325.880	1.440.202	2.695.731	2.100.127	784.076	277.529	55.599	1.793	520	8
E. Stoklar	14.296.421	7.663.116	4.289.947	3.148.670	2.316.259	2.217.184	1.027.432	438.089	307.161	67.549
F. Diğer Dönen Varlıklar	4.252.750	4.889.432	1.007.290	1.641.485	999.272	634.041	369.630	177.787	137.357	50.695
G. Gelecek Aylara Ait Gid.ve Gelir Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. DURAN VARLIKLAR	39.758.821	28.163.531	22.524.971	21.992.463	16.297.131	9.130.192	4.093.173	1.074.654	381.338	204.510
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	14.503	676	678	690	824	955	686	686	686	536
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Finansal Duran Varlıklar	37.500	259.905	253.655	234.905	226.542	25.029	24.945	77.896	89.505	39.640
D. Maddi Duran Varlıklar	39.081.622	27.377.817	21.814.928	21.739.721	15.999.131	9.094.514	4.050.993	992.678	290.336	163.873
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	625.196	525.133	455.710	17.147	23.718	2.919	2.625	2.401	75	29
F. Diğer Duran Varlıklar	0	0	0	0	46.916	6.775	13.924	993	736	432

D. Alınan Sipariş Avansları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	7.809.373	5.815.223	3.374.705	1.859.162	1.186.824	587.711	237.901	121.076	46.720	27.908
III. ÖZ SERMAYE	23.654.608	4.746.923	16.875.678	11.869.779	10.702.596	6.415.702	2.966.490	936.339	472.396	130.788
A. Sermaye	17.280.000	17.280.000	8.640.000	8.640.000	1.080.000	1.080.000	1.080.000	135.000	135.000	45.000
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Hisselerle Temsil Edilmeyen Sermaye	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Emisyon Primi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	15.751.986	6.002.872	7.966.679	4.038.724	5.857.827	1.847.060	494.045	421.284	175.461	40.595
F. Yedekler	2.152.938	2.156.799	3.737.225	2.164.521	2.208.453	666.465	122.815	67.436	9.531	14.264
G. Net Dönem Karı	9.162.432	0	0	0	1.556.316	2.822.177	1.269.630	312.619	152.404	30.929
H. Dönem Zararı (-)	0	17.224.522	-494.760	-2.973.466	0	0	0	0	0	0
I. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	-20.692.748	-3.468.226	-2.973.466	0	0	0	0	0	0	0
P A S İ F T O P L A M I	107.700.730	85.320.762	60.961.372	46.790.605	35.403.699	19.419.371	9.084.577	3.649.263	2.183.454	591.409

KARZARAR	KENT 2002/12	KENT 2001/12	KENT 2000/12	KENT 1999/12	KENT 1998/12	KENT 1997/12	KENT 1996/12	KENT 1995/12	KENT 1994/12	KENT 1993/12
A. Brüt Satışlar	125.921.643	104.823.504	55.331.569	39.250.674	32.101.151	20.521.748	10.569.600	5.635.858	2.648.163	737.055
B. Satışlardan İndirimler (-)	-781.914	-1.813.806	-718.490	-693.744	-1.526.544	-20.151	-26.752	-72.780	-30.690	-3.695
C. Net Satışlar	125.139.729	103.009.698	54.613.079	38.556.930	30.574.607	20.501.597	10.542.848	5.563.078	2.617.473	733.360
D. Satışların Maliyeti (-)	-82.462.041	-63.911.316	39.431.597	-26.240.534	-20.054.979	-11.823.570	-8.095.076	-3.783.578	1.566.456	-493.624
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	42.677.688	39.098.382	15.181.482	12.316.396	10.519.628	8.678.027	2.447.772	1.779.500	1.051.017	239.736
E. Faaliyet Giderleri (-)	-16.583.078	-11.228.129	-4.990.588	-4.964.874	-3.592.736	-2.145.142	-1.231.704	-633.474	-223.034	-76.316
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	26.094.610	27.870.253	10.190.894	7.351.522	6.926.892	6.532.885	1.216.068	1.146.026	827.983	163.420
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	5.819.771	7.428.458	2.375.915	1.653.289	320.909	331.089	239.075	120.949	62.985	7.515
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-3.194.185	-1.557.764	-1.055.312	-66.750	-237.344	-94.447	-43.341	-21.896	0	-5.224
H. Finansman Giderleri (-)	-15.079.763	-49.779.133	11.338.730	-13.385.394	-5.153.269	-3.533.576	0	-848.177	-639.524	-121.668
FAALİYET KARI (ZARARI)	13.640.433	13.640.433	16.038.186	-16.038.186	172.767	3.235.951	1.411.802	1.411.802	396.902	396.902
FAALİYET KARI (ZARARI)	172.767	-4.447.333	-4.447.333	1.857.188	1.857.188	3.235.951	251.444	251.444	44.043	44.043
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	456.702	744.434	5.484	1.943.997	3.206	29.072	89.309	7.795	6.609	465
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-3.396.782	-1.930.770	-657.475	-220.849	-770	-60.401	-214	-20.612	-13.311	0
DÖNEM KARI (ZARARI)	10.700.353	-17.224.522	-479.224	-2.724.185	1.859.624	3.204.622	1.500.897	384.085	244.742	44.508
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-1.537.921	-1.537.921	0	0	-15.536	-382.445	231.267	231.267	71.466	71.466

K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-15.536	-249.281	-249.281	-303.308	-303.308	-382.445	92.338	92.338	13.579	13.579
L.Cari Dönem Ertilenmiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	9.162.432	-17.224.522	-494.760	-2.973.466	1.556.316	2.822.177	1.269.630	312.619	152.404	30.929

BİLANCO	KNFRT 2002/12	KNFRT 2001/12	KNFRT 2000/12	KNFRT 1999/12	KNFRT 1998/12	KNFRT 1997/12	KNFRT 1996/12	KNFRT 1995/12	KNFRT 1994/12	KNFRT 1993/12
I. DÖNEN VARLIKLAR	6.677.492	7.423.767	5.180.761	3.220.314	2.276.251	1.536.138	493.813	288.243	88.779	27.682
A. Hazır Değerler	9.731	7.348	3.950	5.002	24.404	28.497	1.394	1.427	2.359	3.687
B. Menkul Kıymetler	175.131	12.013	11.122	16.750	0	0	0	0	295	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	664.177	1.920.587	1.073.964	1.198.634	46.219	270.166	121.934	31.833	24.136	12.066
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	289.117	615.448	251.109	211.351	131.256	119.225	50.708	26.833	3.423	943
E. Stoklar	5.399.171	4.472.786	3.608.287	1.706.378	1.936.598	985.426	285.935	209.295	56.011	8.533
F. Diğer Dönen Varlıklar	140.165	395.585	232.329	82.199	137.774	132.824	33.842	18.855	2.555	2.453
G. Gelecek Aylara Ait Gid.ve Gelir Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. DURAN VARLIKLAR	14.200.573	11.230.161	7.619.727	5.308.577	3.373.678	1.738.695	821.317	326.175	105.552	33.559
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	322	322	13.977	322	193	199	199	152	152	113
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Finansal Duran Varlıklar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Maddi Duran Varlıklar	14.200.251	11.229.839	7.605.750	5.308.237	3.363.808	1.723.735	819.630	325.670	105.328	33.090
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	0	0	0	18	36	54	73	0	0	0
F. Diğer Duran Varlıklar	0	0	0	0	9.641	14.707	1.415	353	72	356

D. Alınan Sipariş Avansları	2.707.500	2.707.500	0	0	0	0	0	0	0	0
E. Borç ve Gider Karşılıkları	160.158	124.445	85.757	58.620	34.029	18.343	7.939	2.480	170	0
III. ÖZ SERMAYE	9.143.700	6.262.916	6.324.540	4.291.897	2.736.327	1.423.729	858.870	287.690	86.657	21.876
A. Sermaye	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	600.000	240.000	42.000	42.000	14.000
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	-21.000	-3.990
C. Hisselerle Temsil Edilmeyen Sermaye	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Emisyon Primi	110.412	110.412	110.412	110.412	110.412	110.412	110.412	0	0	0
E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	13.720.066	8.639.652	5.215.139	2.814.872	1.255.101	381.844	138.181	133.820	41.747	8.166
F. Yedekler	170.814	170.812	170.814	170.814	109.472	129.709	67.479	4.228	1.012	639
G. Net Dönem Karı	0	0	0	0	61.342	201.764	302.798	107.642	22.898	3.061
H. Dönem Zararı (-)	-2.199.632	-3.486.135	-367.624	-4.201	0	0	0	0	0	0
I. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	-3.857.960	-371.825	-4.201	0	0	0	0	0	0	0
P A S İ F T O P L A M I	20.878.065	18.653.928	12.800.488	8.528.891	5.649.929	3.274.833	1.315.130	614.418	194.331	61.241

KARZARAR	KNFRT 2002/12	KNFRT 2001/12	KNFRT 2000/12	KNFRT 1999/12	KNFRT 1998/12	KNFRT 1997/12	KNFRT 1996/12	KNFRT 1995/12	KNFRT 1994/12	KNFRT 1993/12
A. Brüt Satışlar	14.545.742	14.661.241	7.741.048	8.549.845	3.993.233	2.755.257	1.785.887	838.655	294.484	92.590
B. Satışlardan İndirimler (-)	-149.108	-100.489	-7.659	-1.392	-46.550	-7	-535	-509	-260	0
C. Net Satışlar	14.396.634	14.560.752	7.733.389	8.548.453	3.946.683	2.755.250	1.785.352	838.146	294.224	92.590
D. Satışların Maliyeti (-)	-13.642.768	-16.734.115	-7.439.343	-7.088.086	-3.132.769	2.159.849	-1.325.824	-614.315	-231.504	-78.391
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	753.866	-2.173.363	294.046	1.460.367	813.914	595.401	459.528	223.831	62.720	14.199
E. Faaliyet Giderleri (-)	-895.188	-870.722	-441.516	-296.224	-397.870	-224.611	-98.958	-47.597	-20.428	-8.707
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	-141.322	-3.044.085	-147.470	1.164.143	416.044	370.790	360.570	176.234	42.292	5.492
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	199.863	67.371	149.802	12.501	48.802	14.789	3.122	2.280	3.621	630
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-546.145	-127.108	-28.172	-11.134	-6.618	-18.147	-2.728	-553	0	0
H. Finansman Giderleri (-)	-1.365.433	-353.613	-196.663	-1.079.891	-385.407	-134.800	-57.310	-46.776	-14.953	-2.591
FAALİYET KARI (ZARARI)	-1.853.037	-1.853.037	-3.457.435	-3.457.435	-222.503	232.632	303.654	303.654	131.185	131.185
FAALİYET KARI (ZARARI)	-222.503	85.619	85.619	72.821	72.821	232.632	30.960	30.960	3.531	3.531
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	43.097	22.446	41.546	23.274	8.085	12.763	42.312	1.728	460	0
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-389.692	-51.146	-186.667	-106.977	-234	-19.230	-5.188	-3.358	-1.610	-92
DÖNEM KARI (ZARARI)	-2.199.632	-3.486.135	-367.624	1.916	80.672	226.165	340.778	129.555	29.810	3.439
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	0	0	0	0	0	-24.401	37.980	37.980	21.913	21.913
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	0	-6.117	-6.117	-19.330	-19.330	-24.401	6.912	6.912	378	378

L.Cari Dönem Ertelenmiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	-2.199.632	-3.486.135	-367.624	-4.201	61.342	201.764	302.798	107.642	22.898	3.061

BILANCO	MERKO 2002/12	MERKO 2001/12	MERKO 2000/12	MERKO 1999/12	MERKO 1998/12	MERKO 1997/12	MERKO 1996/12	MERKO 1995/12	MERKO 1994/12	MERKO 1993/12
I. DÖNEN VARLIKLAR	50.614.659	48.279.258	25.704.026	15.634.123	8.197.718	3.862.833	1.870.697	973.360	454.423	118.229
A. Hazır Değerler	1.610.264	543.437	326.600	103.618	52.787	42.683	41.434	5.493	11.697	1.693
B. Menkul Kıymetler	50.000	73.226	140.922	1.483.897	502.364	126.212	76.965	19.550	5.790	0
C. Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	9.224.652	16.557.087	5.679.131	4.232.202	2.746.981	1.389.983	627.269	288.574	124.646	24.180
D. Diğer Kısa Vadeli Alacaklar	623.424	325.126	465.654	461.469	55.809	138.302	148.198	279.588	105.355	27.649
E. Stoklar	36.725.878	29.110.525	17.597.843	8.691.946	4.520.382	1.941.767	968.939	361.297	199.729	62.250
F. Diğer Dönen Varlıklar	2.380.441	1.669.857	1.493.876	660.991	319.395	223.886	7.892	18.858	7.206	2.457
G. Gelecek Aylara Ait Gid.ve Gelir Tahakkukları	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
II. DURAN VARLIKLAR	77.774.541	57.865.536	33.324.493	18.563.487	10.357.307	6.152.099	2.376.361	1.210.409	431.340	145.897
A. Uzun Vadeli Ticari Alacaklar	1.758	3.231	3.168	2.498	2.090	1.032	334	335	224	215
B. Diğer Uzun Vadeli Alacaklar	0	0	0	0	0	0	1.720	427	330	191
C. Finansal Duran Varlıklar	4.260.449	4.706.712	2.205.279	3.723.517	1.365.655	1.282.958	121.141	32.957	14.866	6.827
D. Maddi Duran Varlıklar	73.420.768	52.818.207	30.877.249	14.588.465	8.778.380	4.849.177	2.252.150	1.176.621	415.839	138.569
E. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	90.458	99.755	91.954	32.004	5.108	2.559	1.016	69	81	95
F. Diğer Duran Varlıklar	1.108	237.631	146.843	217.003	206.074	16.373	0	0	0	0

E. Borç ve Gider Karşılıkları	758.748	598.341	383.372	147.744	86.919	42.782	22.028	14.529	2.634	1.149
III. ÖZ SERMAYE	33.120.942	16.972.828	21.409.194	15.330.564	8.499.372	4.940.189	2.257.833	999.181	463.143	68.298
A. Sermaye	10.188.564	10.188.564	10.188.564	1.761.050	1.632.000	1.632.000	816.000	408.000	240.000	15.750
B. Sermaye Taahhütleri (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Hisselerle Temsil Edilmeyen Sermaye	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Emisyon Primi	796.841	796.841	796.841	796.841	0	0	0	0	0	0
E. Yeniden Değerleme Değer Artışı	45.348.754	24.090.903	8.012.904	9.830.905	5.189.965	2.478.681	762.798	274.813	97.350	37.006
F. Yedekler	2.331.156	2.331.156	2.206.623	1.673.869	829.508	505.748	173.221	58.814	6.003	10.174
G. Net Dönem Karı	0	0	204.262	1.267.899	847.899	323.760	505.814	257.554	119.790	5.368
H. Dönem Zararı (-)	-5.109.737	-20.434.636	0	0	0	0	0	0	0	0
I. Geçmiş Yıllar Zararları (-)	-20.434.636	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PASİFTOPLAMI	128.389.200	106.144.794	59.028.519	34.197.610	18.555.025	10.014.932	4.247.058	2.183.769	885.763	264.126

KARZARAR	MERKO 2002/12	MERKO 2001/12	MERKO 2000/12	MERKO 1999/12	MERKO 1998/12	MERKO 1997/12	MERKO 1996/12	MERKO 1995/12	MERKO 1994/12	MERKO 1993/12
A. Brüt Satışlar	95.145.605	91.810.639	40.540.518	25.503.086	12.977.641	7.206.403	4.005.502	1.942.841	995.554	344.760
B. Satışlardan İndirimler (-)	-1.511.482	-2.772.213	-223.535	-85.907	-95.431	-3.619	-212	-40.671	-2.438	0
C. Net Satışlar	93.634.123	89.038.426	40.316.983	25.417.179	12.882.210	7.202.784	4.005.290	1.902.170	993.116	344.760
D. Satışların Maliyeti (-)	-84.007.896	-73.292.384	-34.823.017	-21.827.928	-9.648.087	5.579.810	-2.982.149	1.397.567	-626.444	-290.522
BRÜT SATIŞ KARI (ZARARI)	9.626.227	15.746.042	5.493.966	3.589.251	3.234.123	1.622.974	1.023.141	504.603	366.672	54.238
E. Faaliyet Giderleri (-)	-10.992.067	-9.740.103	-4.630.368	-2.785.774	-1.627.517	-787.353	-409.686	-207.072	-137.026	-47.549
ESAS FAALİYET KARI (ZARARI)	-1.365.840	6.005.939	863.598	803.477	1.606.606	835.621	613.455	297.531	229.646	6.689
F. Diğer Faaliyetlerden Gelirler ve Karlar	1.162.366	2.329.146	673.784	1.123.956	623.775	245.436	109.129	70.629	26.176	4.210
G. Diğer Faaliyetlerden Giderler ve Zararlar (-)	-1.278.269	-16.618.709	-744.829	-326.943	-121.958	-69.801	-70.860	-1.180	0	0
H. Finansman Giderleri (-)	-3.244.158	-10.982.151	-744.827	-435.008	-1.155.016	-681.148	-253.532	-103.980	-96.554	-4.927
FAALİYET KARI (ZARARI)	-4.725.901	-4.725.901	-19.265.775	-19.265.775	47.726	330.108	398.192	398.192	263.000	263.000
FAALİYET KARI (ZARARI)	47.726	1.165.482	1.165.482	953.407	953.407	330.108	159.268	159.268	5.972	5.972
I. Olağanüstü Gelirler ve Karlar	925.101	203.874	624.093	1.926.991	9.570	15.108	180.657	23.154	4.654	1.132
J. Olağanüstü Giderler ve Zararlar (-)	-1.308.937	-1.372.735	-412.122	-1.545.590	-192	-132	-8.866	-16.187	-6.824	-1.115
DÖNEM KARI (ZARARI)	-5.109.737	-20.434.636	259.697	1.546.883	962.785	345.084	569.983	269.967	157.098	5.989
K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	0	0	0	0	-55.435	-21.324	64.169	64.169	12.413	12.413

K. Ödenecek Vergi ve Yasal Yükümlülükler (-)	-55.435	-278.984	-278.984	-114.886	-114.886	-21.324	37.308	37.308	621	621
L.Cari Dönem Ertelenmiş Vergi Karşılığı (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NET DÖNEM KARI (ZARARI)	-5.109.737	-20.434.636	204.262	1.267.899	847.899	323.760	505.814	257.554	119.790	5.368

Ek-2

BANVIT

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, ADH, NKM ^a	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,968 ^a	,937	,905	,1266

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,428	3	,476	29,710	,001 ^a
	Residual	9,613E-02	6	1,602E-02		
	Total	1,524	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,187	,325		,576	,585
	NKM	2,980	,845	,622	3,529	,012
	ADH	,108	,061	,203	1,756	,130
	TAÖSO	-,142	,070	-,367	-2,022	,090

a. Dependent Variable: ÖSK

FRIGO-PAK GIDA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, NKM, ADH ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,936 ^a	,877	,815	9,498E-02

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, NKM, ADH

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,385	3	,128	14,218	,004 ^a
	Residual	5,413E-02	6	9,021E-03		
	Total	,439	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, NKM, ADH

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,192	,156		-1,227	,266
	NKM	4,048	,721	,848	5,611	,001
	ADH	,170	,218	,126	,781	,465
	TAÖSO	1,502E-02	,011	,210	1,373	,219

a. Dependent Variable: ÖSK

KENT GIDA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, ADH, NKM ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,993 ^a	,986	,979	,1808

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,595	3	4,532	138,636	,000 ^a
	Residual	,196	6	3,269E-02		
	Total	13,791	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,325	,328		,992	,359
	NKM	1,927	1,222	,142	1,577	,166
	ADH	,665	,343	,114	1,941	,100
	TAÖSO	-,244	,025	-,889	-9,797	,000

a. Dependent Variable: ÖSK

KONFRUT GIDA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, ADH, NKM ^a	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,985 ^a	,971	,957	5,906E-02

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,706	3	,235	67,469	,000 ^a
	Residual	2,093E-02	6	3,488E-03		
	Total	,727	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,08E-02	,139		-,149	,886
	NKM	2,031	,331	,893	6,130	,001
	ADH	8,892E-02	,089	,114	,994	,359
	TAÖSO	-1,76E-02	,077	-,025	-,229	,827

a. Dependent Variable: ÖSK

MERKO GIDA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, ^a ADH, NKM	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,958 ^a	,918	,877	,1513

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,540	3	,513	22,425	,001 ^a
	Residual	,137	6	2,289E-02		
	Total	1,677	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,323E-02	,372		,251	,810
	NKM	2,237	2,311	,563	,968	,370
	ADH	,204	,410	,097	,497	,637
	TAÖSO	-,123	,178	-,397	-,693	,514

a. Dependent Variable: ÖSK

PINAR SÜT

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, ^a ADH, NKM	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,958 ^a	,917	,876	4,576E-02

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,140	3	4,656E-02	22,236	,001 ^a
	Residual	1,256E-02	6	2,094E-03		
	Total	,152	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,327	,113		-2,898	,027
	NKM	7,318	1,092	1,051	6,702	,001
	ADH	6,211E-02	,040	,192	1,557	,171
	TAÖSO	4,830E-02	,024	,315	2,039	,088

a. Dependent Variable: ÖSK

TAT KONSERVE

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, ^a NKM, ADH	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,999 ^a	,999	,998	7,907E-03

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, NKM, ADH

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,307	3	,102	1634,230	,000 ^a
	Residual	3,751E-04	6	6,252E-05		
	Total	,307	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, NKM, ADH

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,434	,048		-9,024	,000
	NKM	2,017	,034	,936	60,020	,000
	ADH	,256	,023	,203	11,140	,000
	TAÖSO	9,003E-02	,016	,101	5,743	,001

a. Dependent Variable: ÖSK

TUKAS

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, NKM, ADH ^a	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,974 ^a	,948	,923	5,632E-02

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, NKM, ADH

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,349	3	,116	36,717	,000 ^a
	Residual	1,903E-02	6	3,172E-03		
	Total	,368	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, NKM, ADH

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,240	,177		-1,359	,223
	NKM	2,347	,317	1,003	7,394	,000
	ADH	,151	,144	,146	1,047	,335
	TAÖSO	3,394E-02	,020	,223	1,698	,140

a. Dependent Variable: ÖSK

ÜLKER

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, ^a ADH, NKM	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,971 ^a	,944	,915	2,625E-02

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,912E-02	3	2,304E-02	33,446	,000 ^a
	Residual	4,133E-03	6	6,888E-04		
	Total	7,325E-02	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, ADH, NKM

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,358	,063		-5,659	,001
	NKM	3,035	,386	,844	7,854	,000
	ADH	,107	,015	,737	7,092	,000
	TAÖSO	9,794E-02	,015	,657	6,480	,001

a. Dependent Variable: ÖSK

VANET

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TAÖSO, ^a NKM, ADH	,	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ÖSK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,890 ^a	,792	,688	5,048E-02

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, NKM, ADH

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,834E-02	3	1,945E-02	7,630	,018 ^a
	Residual	1,529E-02	6	2,549E-03		
	Total	7,363E-02	9			

a. Predictors: (Constant), TAÖSO, NKM, ADH

b. Dependent Variable: ÖSK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,49E-03	,094		-,016	,988
	NKM	1,860	,539	,841	3,449	,014
	ADH	1,220E-02	,047	,065	,259	,804
	TAÖSO	1,050E-02	,042	,048	,248	,813

a. Dependent Variable: ÖSK