Turkish Studies
Economics, Finance and Politics

Volume 13/30, Fall 2018, p. 51-62
DOI: 10.7827/TurkishStudies.14537
ISSN: 1308-2140
Skopje/MACEDONIA-Ankara/TURKEY

INTERNATIONAL BALKAN UNIVERSITY
EXCELLENCE FOR THE FUTURE
IBU.EDU.MK

Research Article / Araştırma Makalesi

Article Info/Makale Bilgisi

Received/Geliş: *Kasım 2018* ***Accepted/Kabul:*** *Aralık 2018*

Referees/Hakemler: *Prof. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU - Doç. Dr. Zübeyir TURAN - Dr. Öğr. Üyesi Saffet AKDAĞ - Dr. Öğr. Üyesi Ayberk Nuri BERKMAN*

This article was checked by iThenticate.

KÂR MARJININ BELİRLEYİCİLERİNİN İNCELENMESİ: TURİZM İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

*Seçkin ARSLAN**

ÖZET

Kâr, yönetim muhasebesi açısından bakıldığında maliyet ve hacim ile ilişkilendirilen bir konudur. Kâr marjı ise satışlar ile kâr arasındaki oransal ilişkiyi göstermektedir. Kâr marjı üzerinde etkili olabilen içsel ve dışsal faktörler bulunmaktadır. İçsel faktörler işletme tarafından yönetilebilen özelliklere sahipken, dışsal faktörler, işletmeye ait olmayan piyasa koşullarından kaynaklanan etkilere sahiptir. İşletmeler kendi içerisinde yüksek kâr marjlı ve düşük kâr marjlı işletmeler olarak ikiye ayrılabilirler. Turizm işletmeleri de sundukları hizmete göre bu iki kategori içerisinde değerlendirilebilir. Bu çalışmanın amacı turizm işletmelerinde kâr marjının belirleyicilerinin araştırılmasıdır. NACE (Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması) 2/1 sektöründe faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek/içecek işletmeleri bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. İlgili örneklemde, 21 farklı ülkeden toplam 334 turizm işletmesine ait cari oran, finansal kaldıraç oranı, toplam aktif büyüklüğü ve çalışan sayısı verilerinden yararlanılmıştır. Çalışmada en geniş veri setini kapsayacak şekilde 2007 ile 2016 yılları arasındaki veriler kullanılmıştır. Panel sabit ve panel rastsal etkiler modellerinin uygulandığı bu çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; cari oranın ve aktif büyüklüğünün örneklemde yer alan işletmeler için kâr marjını pozitif, finansal kaldıraç oranının ve çalışan sayılarının ise kâr marjını negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu çerçevede çalışmadan elde edilen sonuçlar turizm işletmeleri açısından değerlendirildiğinde; işletmelerin dönen varlıklara yatırım yapmaları, ölçek ekonomilerinden yararlanmak amacıyla öz kaynak temelli olarak büyümeleri, çalışan sayısını arttırırken çalışan verimliliğini de değerlendirmeleri gerekmektedir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İ.İ.B.F. Bankacılık ve Finans Bölümü, E-posta: seckin_arslan@hotmail.com

Anahtar Kelimeler: Kâr, Kâr Marjı, Turizm, Turizm İşletmeleri

INVESTIGATION OF THE DETERMINANTS OF PROFIT MARGIN: AN APPLICATION ON TOURISM BUSINESS

ABSTRACT

Profit is an issue that is associated with cost and volume regarding managerial accounting. The profit margin indicates the proportional relationship between sales and profits. There are internal and external factors that may have impacts on the profit margin of enterprises. Internal factors have characteristics that can be managed by the enterprise, whereas external factors have the effects that stem from non-business market conditions. Companies can be separated into two groups as having high-profit margins and low-profit margins. Tourism companies can also be evaluated within these two categories according to the service they offer. This study aims to investigate the determinants of profit margin in tourism companies. The accommodation and food/beverage companies operating in the NACE (The Statistical Classification of Economic Activities in the European Community) 2/I sector constitutes the sample of this study. In the relevant sample, the data of profit margin, current ratio, financial leverage ratio, total asset size and number of employees obtained from 334 tourism companies in 21 different countries are used. The study period is determined as from 2007 to 2016 covering the largest data set. The results obtained from this study, in which various econometric analyses(the fixed effects model and the random effects model) are conducted, not only determine the factors that would affect the profit margin for tourism companies but also reveal what is required for them to become more profitable. According to the analysis results, it is detected that the current ratio and the asset size positively affects the profit margin whereas the financial leverage ratio and the number of employees negatively affects the profit margin for the sample companies. Upon evaluating the results obtained from the study regarding tourism enterprises, it is suggested that enterprises should invest in current assets, increase their equity-based growth in order to benefit from the economies of scale, and increase the number of employees by maintaining employee productivity.

STRUCTURED ABSTRACT

In order to meet the increasing demand as a result of growth and development in the tourism sector which poses strategic importance for all countries, many tourism companies operate in other countries as well as in Turkey. The number of tourism companies tends to increase day by day. Such an increase in the number of tourism companies leads to intensive competition among countries as well as among both local and global tourism companies. In this intensely competitive environment, the companies in the sector should be financially powerful, control their costs

and maintain their strong financial structures in line with their objectives to become successful and continue their operations.

The level of profitability of companies is considered as one of the most crucial indicators by many economists in determining the performance of the companies. As for many companies, the profit margin is also used in tourism companies, mainly by measuring the effectiveness of pricing strategies, controlling costs and quantifying competitive pressure. The increase in profit margins leads to the transfer the profits toward the existing markets, while the decrease in profit margins indicates the need for continuous evaluation of the market share, the price arrangements and the continuous control of costs.

There are internal and external factors that may have impacts on the profit margins of companies. Internal factors have characteristics that can be managed by the company, while external factors have impacts based on non-business market conditions. The subject of this study is the impact of various financial ratios that can be changed by the companies on the profit margin. Thus, it can be seen what methods to be applied to increase the profit margin of tourism companies included in the sample. In this context, the data of 334 tourism companies operating in 21 different countries are examined via the panel data methodology. The direction in which the current ratio, leverage ratio, total assets and a number of employees affect the profit margin is tried to be explained over the period 2007-2016.

In the study using the profit margin as the dependent variable; current ratio, financial leverage, total asset size and number of employees are employed as independent variables. In this study, panel data analysis with constant effects and random effects models are used. Linearization is maintained by taking the logarithm of all the values except for the profit margin.

The obtained analysis results reveal that the current ratio has a positive and statistically significant impact on the profit margin for the sample companies. This result may indicate that the cash management policies of the companies are successful. Also, Goddard et al. (2005) found that the profitability ratio was positively affected by the current ratio. In the study conducted by Bilgili and Düzer in 2010, it was stated that there is a significant relationship between the current ratio and the firm value. Unlike those findings, the results of the study conducted by Saldanlı in 2012 indicated that the current ratio has no significant impact on asset profitability.

The leverage ratio was found to have a negative impact on profit margin. Accordingly, it can be said that the borrowing of companies causes a decrease in the profit margins. In addition, the negative impact of the current ratio on the profit margin may be related to the negative impact of the leverage ratio on the long-term borrowing costs. Again, in a study conducted by Vintila and Nenu in 2016, a negative correlation was found between the liquidity and business financial leverage ratio and profitability. In a study conducted by Erdoğan in 2018, a negative correlation is detected between financial leverage and profitability. According to these results, the long-term borrowing costs of tourism companies are found to be relatively high.

It is found that the asset size has a significant and positive impact on profit margin. It suggests that the relevant companies are benefiting from economies of scale and can reduce their growth and total costs to a minimum. According to the findings, it can be stated that the increasing asset size causes an increase in the profit margins of the related companies. Also, in a study conducted by Demirci in 2017, a positive relationship is found between the asset profitability ratio and the asset size.

The impact of the number of employees on the profit margin was found to be significant and negative. This result suggests that the increase in the number of employees along with the growth of the companies may have a negative impact on the profit margin. Employee productivity is another issue that should be evaluated regarding the number of employees. Nonetheless, in this study, only the impacts of the findings regarding the number of employees on the profit margin are examined.

Upon evaluating the results obtained from the study regarding tourism companies, it is recommended that companies should invest in current assets to increase their equity-based growth in order to benefit from economies of scale, consider employee productivity while increasing the number of their employees. Despite all these advantages, the study has some shortcomings. For instance, due to data constraint, the deadline for access to data is 2016. Also, only the companies included in the NACE Code Rev 2.1. are examined. Businesses operating in a broader definition of tourism are not included in the analysis. Considering such shortcomings, new studies to be conducted in the future are expected to provide more detailed information on the subject.

Keywords: Profit, Profit Margin, Tourism, Tourism Enterprises

1. GİRİŞ

Turizm kelimesinin, Latince'den dilimize "dönme" olarak çevrilen "tornus" sözcüğünden geldiği ifade edilmektedir. İngilizce'deki "tour" kelimesinin de bu sözcükten türediği bilinmektedir. "Tour" kelimesi ise dilimizde "gezmek, dolaşmak ya da seyahat etmek" olarak tanımlanmaktadır (Gümüş ve Polat, 2012). Turizm kavramı ile ilgili olarak günümüzde birçok tanımlama yapılmıştır. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü(OECD), Dünya Turizm Örgütü(UNWTO) ve Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti(AIEST) tarafından da kabul edilen tanıma göre turizm; bireylerin para kazanma amacı taşımadan, yaşadıkların yerin dışında devamlı kalış biçimine dönüşmemek koşuluyla, bir yerde konaklamalarından ve bir yere seyahatlerinden doğan olaylar olarak ifade edilmektedir(Kozak ve Bahar, 2015: 29).

Turizm sektörü iktisadi boyutu ile dünyadaki en önemli sektörler arasındadır. Turizm, günümüzde birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkenin ekonomik zorluk ya da sıkıntı yaşadığı dönemlerde ülke ekonomilerine önemli ölçüde döviz girişi sağlayarak, ödemeler dengesindeki açıkların azaltılması ve vergi gelirlerinin arttırılmasında önemli rol oynamaktadır. Böylece ülkelerin ekonomik kalkınmasına da ivme kazandırmaktadır. Turizm sektörünün aynı zamanda emek-yoğun bir özelliğe sahip olması, işsizliği de azaltarak önemli oranda istihdam olanağı yaratmaktadır(Akın, Şimşek ve Akın, 2012: 63). Ayrıca turizm sektörü, çevrenin korunması ve ekolojik dengeye verilen önemin de artmasında önemli rol oynamaktadır. Farklı kültürlere sahip olan bireylerin turist olarak gittiği ülkelere kendi kültürel değerlerini taşıması sonucunda, bireyler arasında kültürel bağların kurulması sağlanmaktadır.

Dolayısı ile turizm dünya kültürlerinin birbirini tanımasında en etkin araçlardan biridir (Arslan, 2017:1-16). Hatta turizm sayesinde farklı ülke bireyleri arasında kurulan bu bağların, ülkelerin ekonomik ve siyasi ilişkilerini de olumlu yönde etkileyebileceği ifade edilebilmektedir. Turizm sektörü günümüzde en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerden biri olup birçok ülke ekonomisi için kalkınmanın bir aracı olarak görülmektedir. Turizmin beraberinde getirdiği bu avantajlar sektörü, ülkeler için stratejik bir sektör haline getirmiştir. Dünya genelinde 2017 yılında 1 milyar 323 milyon kişi turist olarak seyahat ve konaklama gerçekleştirmiştir. Bu sayı 2016 yılı verilerine göre % 7 artış göstermiştir(UNWTO). Türkiye'ye ise 2018 yılının ilk yarısında yaklaşık 22 milyon yabancı turist giriş yapmış olup, bu sayı 2017 yılı verilerine % 25 artış göstermiştir. Yine aynı şekilde 2018 yılının ilk yarısında turizm sektörünün ekonomik getirisi 11,5 milyar dolara yaklaşmış ve 2016 yılının aynı dönemine göre % 30 artış göstermiştir(Kültür ve Turizm). Türkiye'de turizm sektöründeki en canlı ve hareketli dönemin yılın üçüncü periyodu olarak ele alındığında 2018 yılında turizm sektöründeki değişimin belirtilen bu yüzdesel artışlardan daha da fazla olabileceği tahmin edilmektedir. Bu nedenlerle birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de turizm sektörüne ciddi önem verilmektedir. Turizm sektörünü desteklemek ve gelişmesini sağlamak amacıyla birçok düzenleme yapılmıştır. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizm Teşviki Kanunu ile sektörün gelişimine önemli katkılar sağlanmıştır(Kültür ve Turizm). Bununla birlikte yukarıda belirtilen avantajları nedeniyle stratejik sektörler arasında yer alan turizm sektörü ile ilgili bilincin çok iyi anlaşılması, yaygınlaştırılması ve uygulamaların da bu çerçevede yerine getirilmesi gerekmektedir.

Bütün ülkeler açısından stratejik öneme sahip olan turizm sektörünün; büyümesi ve gelişmesi sonucunda sektörde ortaya çıkan artan talebi karşılamak amacıyla, gerek dünyada gerekse Türkiye'de birçok turizm işletmesi faaliyet göstermekte ve bu işletmelerinin sayısı da her geçen gün giderek artış göstermektedir. Turizm işletmelerinin sayısındaki bu artış sadece yerel değil küresel olarak da ülkeler ve turizm işletmeleri arasında yoğun bir rekabetin yaşanmasına yol açmaktadır. Bununla birlikte turizm sektörü ve turizm işletmeleri sahip olduğu özellikleri nedeniyle krizlere ve krizlere neden olabilecek etkenlere karşı duyarlı bir yapıya sahiptir(Çetin ve Yetiş, 2017: 343-360). Bu gibi nedenlerle turizm işletmelerinin krizle karşı karşıya kalabilme veya krizlerden etkilenebilme ihtimali yüksek olabilmektedir. Bu yoğun rekabet ortamında ve krizlere karşı hassas olan turizm sektördeki işletmelerin başarılı olabilmeleri ve faaliyetlerine devam edebilmeleri için, öncelikli olarak finansal açıdan güçlü olmaları, sürekli olarak maliyetlerini kontrol etmeleri ve güçlü finansal yapılarını amaçları doğrultusunda koruyarak, çok iyi yönetilmeleri gerekmektedir(Karadeniz ve İskenderoğlu, 2011: 65).

İşletmelerin kârlılık düzeyi, işletme performanslarının belirlenmesinde birçok akademisyen tarafından en önemli göstergelerden biri olarak kabul edilmektedir(Pandey, 1979: 443). Kâr marjı, birçok işletmede olduğu gibi turizm işletmeleri için de, temelde fiyatlandırma stratejilerinin etkinliğini ölçerek, maliyetleri kontrol edebilmek ve rekabet baskısını sayısallaştırmak amacıyla kullanılmaktadır. Kâr marjlarının artması, elde edilen kârın sahip olunan mevcut pazarların büyümesine yönlendirilmesini sağlarken, kâr marjlarının düşmesi ise pazar payının sürekli olarak değerlendirilmesi, fiyat düzenlemeleri ve maliyetlerin sürekli kontol edilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır(Artar, 1999: 23).

Bu çalışmanın temel amacı turizm işletmelerinde kâr marjını etkileyen değişkenleri tespit etmektir. Bu çerçevede çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde turizm, turizm sektörü ve kâr marjı ile ilgili genel bilgilere yer verilmiş, ikinci bölümde konu ile ilgili ulusal ve uluslararası daha önce yapılmış çalışmalar özetlenmiş, üçüncü bölümde veri ve yöntem hakkında bilgiler verilmiş, dördüncü bölümde analiz sonucu elde edilen bulgular tartışılmış, beşinci ve çalışmanın son bölümünde ise genel değerlendirmelerde bulunulmuştur.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Genel anlamda kâr marjının belirleyiciliği ile ilgili yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalar incelendiğinde, sanayi ve bankacılık sektöründeki kâr marjının belirleyiciğine yönelik çalışmalara daha fazla rastlanılmıştır. Turizm sektörü ile ilgili çalışmalar incelendiğinde ise genellikle turizm gelirleri ile

büyüme ararsındaki ilişkiyi ölçen çalışmalar bulunmaktadır. Ancak son zamanlarda turizm sektöründe kârlılığın ve turizm gelirlerinin belirleyicileri ile ilgili çalışmalar da yapılmaktadır. Bu hususta turizm sektöründe kârlılık ile ilgili ulusal ve uluslararası yapılan çalışmalara ilişkin literatür taraması aşağıda belirtilmiştir.

Aissa ve Goaied tarafından 2016 yılında yapılan çalışmada, 2000-2010 yılları arasında Tunus'ta faaliyet gösteren otel işletmerine ait fiyat performansları, Tunus otel endüstrisinin verimlilik puanı kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada otellerdeki yönetim etkinliğinin kârlılık üzerinde etkisinin bulunduğu ifade edilmiştir. Ayrıca, otelin uluslararası çekiciliğe sahip olması ve pazar rekabeti gibi makro faktörleri ile işletmenin oteller zinciri şeklinde faaliyet göstermesi, tatil köylerinin iş otellerine kıyasla daha verimli olduğu, otelin konumu, reklam harcamaları ve yönetici sayıları ile niteliklerinin otel etkinliği üzerinde olumlu, otel yaşının ise olumsuz etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır(Aissa v.d., 2016: 173-190)

Anastasios Magoutas, George Papadoudis ve George Sfakianakis tarafından 2016 yılında yapılan çalışmada, pazar payı, yaş, maddi duran varlıklar, yatırımlar ile yönetimin etkinliğinin işletme kârlarını olumlu, finansal kaldıraç oranı, maliyet etkinliği ve ekonomik krizlerin ise işletme kârlarını olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır(Anastasios v.d., 2016: 11-14).

Karadeniz ve İskenderoğlu tarafından 2011 yılında yapılan çalışmada, Borsa İstanbul'da işlem gören sekiz turizm işletmesinin 2002-2009 yılları arasındaki bilanço ve gelir tablolarından yararlanılarak finansal kaldıraç oranı, aktif büyüklüğü, işletmenin sektördeki pazar payı, net işletme sermayesi, alacak devir hızı, stok devir hızı ve aktif devir hızının işletmenin aktif kârlılığı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmada finansal kaldıraç oranının aktif kârlılığı olumsuz yönde etkilediği, alacak ve stok devir hızının söz konusu turizm işletmelerinin aktif kârlılığı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkilerinin olmadığı bununla birlikte; aktif büyüklüğün, pazar payının ve aktif devir hızının ise kârlılık üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır(Karadeniz ve İskenderoğlu, 2011: 65-75)

Erdoğan tarafından 2018 yılında yapılan çalışmada, Borsa İstanbul'da 1988-2016 yılları arasında işlem gören turizm şirketlerinin aktif kârlılıkları, öz kaynak kârlılıkları ve kâr marjlarına etki eden değişkenler araştırılmıştır. Aktif kârlılığın; kaldıraç, yatırım fırsatları ve işletme sermayesi devir hızından negatif etkilendiği, satışların artmasının ise aktif kârlılığı pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır(Erdoğan, 2018: 101-127).

Erkan ve diğerleri tarafından 2013 yılında yapılan çalışmada, 2005-2012 yılları arasında turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Elde edilen bulgularda turizm gelirleri ile turist sayısı arasında çift taraflı bir nedensellik ilişkisinin olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte; tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine önem verilmesi, yeni turizm tesislerin kurulması ile de turizm gelirlerinin arttırılabileceği ifade edilmiştir. Buna karşın, turizm gelirleri ile teşvikli belge sayısı, toplam yatırım tutarı, istihdam, yatak sayısı ve reel döviz kuru arasında ise nedensellik ilişkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'nin turizm sektöründe mevcut potansiyeli iyi değerlendiremediği, turist sayılarındaki artışların turizm gelirlerine, istihdama ve rekabet gücüne aynı oranda yansıyamadığı vurgulanmıştır(Erkan v.d., 2013: 1-20).

Eser tarafından 2009 yılından yapılan çalışmada, konaklama işletmelerindeki stratejik maliyet yönetiminin, kârlılık ile ilişkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgularda, satış maliyetlerinin, işletme faaliyetlerine ilişkin giderlerin ve finansman giderlerinin kârlılığı azalttığı tespit edilmiştir. İşletmenin kârlılığı arttırabilmesi için stratejik maliyet yönetimine önem vermesi gerektiği ve stratejik maliyet yönetimini benimseyen yaklaşımlar arasında kabul edilen hedef maliyetleme sisteminin etkili olabileği ifade edilmiştir(Eser, 2009:143-146).

Koşan ve Karadeniz tarafından 2014 yılında yapılan çalışmada, 2010-2012 yılları arasında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası sektör bilançolarından yararlanılarak, konaklama ve yiyecek

hizmeti alt sektörünün finansal performansı DuPont analiz tekniği ile incelenmiştir. Analiz sonucunda 2010 ve 2012 yıllarında satış, aktif ve özsermaye kârlılıklarının pozitif, 2012 yılında ise negatif gerçekleştiği saptanmıştır. Sektörün maliyet ve gider kalemlerinin yüksek olduğu, aktif devir hızının istenilen düzeyde olmadığı ve aktif yatırımların daha fazla yabanacı kaynaklarla finanse edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Yoğun rekabetin yaşandığı bu sektörde DuPont analiz sisteminin işletme faaliyetlerinin denetlenmesinde ve yöneticilerin doğru kararlar almasında etkili olabileceği belirtilmiştir(Koşan ve Karadeniz, 2014: 75-89).

3. VERİ VE YÖNTEM

Avrupa Birliği'nde "Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması" anlamına gelen NACE kodu, işletmelerin çalıştıkları alanlara göre tehlike sınıflarını belirleyen bir sistemdir. NACE kodu altı haneli bir kod olup, sistem altılı faaliyet kodu olarak da bilinmektdir. Çalışmada 21 farklı ülkede faaliyet gösteren 334 turizm işletmesine ait veriler, NACE Rev. 2, 1 No'lu başlıkta(Konaklama ve Yemek Servisi Yapan İşletmeler) yer alan işletmelerden oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan işletmelere ilişkin veriler; "Bureau van Dijk Electronic Publishing"den elde edilmiştir. Şirket, işletmelere ait bilgilerinin önemli bir yayıncısı konumunda ve özel şirket verilerinde uzmanlaşmıştır. Çalışmada NACE 2/1 sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmelerinin, dönemi en geniş bir şekilde kapsayan ve sağlıklı bir şekilde erişilebilen bir zaman dilimi olarak 2007-2016 yılları arasındaki verileri kullanılarak analiz edilmiştir.

Bağımlı değişken olarak kâr marjının kullanıldığı çalışmada, bağımsız değişkenler olarak ise; cari oran, finansal kaldıraç oranı, toplam aktif büyüklüğü ve çalışan sayıları kullanılmıştır. Üzerinde analizi yapılan bağımlı ve bağımsız değişkenler aşağıda kısaca özetlenmiştir.

Tablo 1: AnalizlerdeKullanılan Değişkenler

Oran Adı	Kısaltması	Hesaplanış Yöntemi	İlgili Değişkenin Kullanıldığı Çalışmalar
Kâr Marjı	KAM	Net Kâr / Net Satışlar	Erdoğan(2018), Kiracı(2009) Karadeniz vd.(2016)
Cari Oran	CAR	Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	Goddard vd.(2005), Birgili ve Düzer(2010) Kendirli ve Konak(2014)
Finansal Kaldıraç	KAL	Yabancı Kaynaklar Toplamı / Aktif Toplamı	Vintila ve Nenu(2016), Erdoğan(2018)
Toplam Aktif Büyüklüğü	TAK	Dönen Varlıklar + Duran Varlıklar	İskenderoğlu vd.(2012), Demirci(2017)
Çalışan Sayısı	ÇAL	Tam Zamanlı Olarak Çalışan Kişi Sayısı	Demirel vd.(2013)

Kâr marjı bir işletmenin belli bir dönemde gerçekleştirdiği satışlar ile kâr arasında, cari oran ise işletmelerin dönen varlıkları ile kısa vadeli yabancı kaynakları arasındaki sayısal ilişkiyi göstermektedir. Cari oran, işletmeler için önemli bir likidite göstergesi olup, net işletme sermayesinin, kısa vadeli yabancı kaynakları ödemek için yeterli olup olmadığı ile ilgili yapılan performans analizlerinde kullanılır(Akdoğan ve Tenker, 2003: 611). Finansal kaldıraç oranı ise varlıkların yüzde kaçının yabancı kaynaklar ile finanse edildiğini göstermektedir.

Literatürde benzer çalışmalarda farklı veri türleri ve farklı analiz teknikleri kullanılmaktadır. Bu veri türlerine; yatay kesit, zaman serisi ya da panel verileri örnek olarak verilebilir. Ayrıca her bir veri türüne göre uygun modeller kullanılmaktadır. Bu çalışmada panel veri analizi ve buna bağlı olarak panel sabit etkiler, ile panel rastsal etkiler modelleri kullanılmıştır. Bu çerçevede panel veri türüne ilişkin olarak analizlerde model 1 uygulanmıştır. İlgili modelde kâr marjı dışındaki tüm değerlerin logaritması alınarak doğrusallaştırma işlemi gerçekleştirilmiştir.

$$KAM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 CAR_{i,t} + \beta_2 KAL_{i,t} + \beta_3 TAK_{i,t} + \beta_4 ÇAL_{i,t} + \beta_5 KAM_{i,t-1} + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

4. BULGULAR

Uygulamada ilk olarak tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiş olup, değişkenlere ilişkin, ortalama, maksimum, minimum ve standart sapma değerlerine ilişkin sonuçlar Tablo 2'de sunulmuştur. Tanımlayıcı analizlerde model 1'e uygun olacak şekilde kâr marjı değişkeni dışında logaritması alınmış seriler özetlenmiştir. Tablo 2 incelendiğinde örneklemde yer alan 334 turizm işletmesine ait ortalama kâr marjının % 5,19 olduğu görülmektedir. Ayrıca ilgili işletmelerden en yüksek kâr marjına sahip olan işletmenin kâr marjı % 87,57, en düşük kâr marjına sahip olan turizm işletmesinin kâr marjı ise -%83,17 olarak tespit edilmiştir. Bu durum negatif kâr marjına sahip olan işletmenin analiz yapılan dönem içerisinde zarar ettiğini göstermektedir. Bununla birlikte en yüksek standart sapma ise yine kâr marjında % 13,03 olarak hesaplanmıştır. Bu durum kâr marjının en oynak değişken olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 2: Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	KAM	CAR	KAL	TAK	ÇAL
Ortalama	5,19	0,0091	1,3813	3,6678	1,7856
Maksimum	87,57	1,7572	2,9940	7,4498	5,7219
Minimum	-83,17	-16989	-2,0000	0,6989	0,0000
Standart Sapma	13,03	0,4486	0,8994	1,3540	1,1708

Durağan olmayan serilerin analizlerde kullanılması, yapılan tahminde sahte regresyonu ortaya çıkarabilir(Kutlar, 2000: 252). Dickey ve Fuller (1981) çalışması ve sonrasında Phillips ve Perron (1988) çalışmasıyla zaman serilerinin durağanlığını test edebilen yöntemler geliştirilmiştir. Bu çalışmada panel veri analizleri için birbirini tamamlar nitelikteki Levin, Lin ve Chu (2002) ve Im, Peseran, Shin (2003) birim kök testleri kullanılmıştır. Tablo 3'de birim kök analizine ilişkin sonuçlar görülebilir.

Tablo 3: Birim Kök Testi Sonuçları

	Levin, Lin, Chu t		Im, Peseran, Shin W	
	Sabitli	**Sabitli ve Trendli**	**Sabitli**	**Sabitli ve Trendli**
KAM	-34,599 (0,000)	-46,204 (0,000)	-16,769 (0,000)	-7,484 (0,000)
CAR	-24,601 (0,000)	-37,679 (0,000)	-8,098 (0,000)	-4,823 (0,000)
KAL	-51,964 (0,000)	-74,347 (0,000)	-8,749 (0,000)	-3,787 (0,000)
TAK	-16,395 (0,000)	-33,061 (0,000)	-3,066 (0,001)	-3,475 (0,000)
ÇAL	-25,144 (0,000)	-40,093 (0,000)	-6,426 (0,000)	-3,832 (0,000)

Birim kök testi sonuçları hem sabitli hemde sabitli ve trendli sınamalarda her iki yöntemde de analizlerde kullanılacak değişkenlerin tamamının seviyede durağan olduklarını I(0) ortaya koymaktadır. Bu sonuçtan hareketle gerçekleştirilen panel rastsal etkiler ve panel sabit etkiler regresyon modellerine ilişkin sonuçlar Tablo 4'de yer almaktadır.

Tablo 4: Panel Veri Analizi Sonuçları

	Panel Sabit Etkiler	**Panel Rastsal Etkiler**
C	-25,821 (0,000)	-3,846 (0,013)
CAR	6,705 (0,000)	6,657 (0,000)
KAL	-2,399 (0,000)	-2,032 (0,000)
TAK	10,673 (0,000)	5,219 (0,000)
ÇAL	-2,734 (0,018)	-4,121 (0,000)
R^2	0,579	0,073
F	12,298 (0,000)	65,817 (0,000)
Durbin (h)	1,805	1,546
Hausman χ^2	29,097 (0,000)	

* Parantez içerisindeki değerler olasılık değerleridir.

Tablo 4'te panel sabit etkiler ve panel rastsal etkiler modellerini aynı anda gösterilmiştir. Hangi modelin daha uygun oldğuna ilişkin Hausman Testi, panel sabit etkiler modelinin daha uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca hata terimleri arasında otokorelasyonun varlığının incelendiği Durbin (h) test sonuçları otokorelasyonun olmadığını ortaya koymaktadır. Modelin bir bütün olarak değerlendirildiği F testi sonuçları da kurulan modelin ekonometrik olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Değişen varyans (heteroscedasticy) için analizlerde White düzeltmesi de gerçekleştirilmiş olup sabit etkiler modelinin belirlilik katsayısı 0,57 olarak tespit edilmiştir. Buna göre kâr marjında oluşan değişimlerin % 57'si analizlerde kullanılan bağımsız değişkenler tarafından açıklanabilmektedir. Analizlerde yer alan bağımsız değişkenlerin tamamının olasılık değerleri anlamlı çıkmış olup, cari oranın kâr marjını pozitif yönde etkilediği görülebilir. Bu durum işletmelerin kısa vadeli borçlarını ve işletme sermayelerini iyi yönettiklerini ortaya koyabilir. Buna göre daha yüksek cari oran ile faaliyette bulunmak turizm işletmelerine bir kâr marjı avantajı sağlayabilir. Kaldıraç oranının ise kâr marjı üzerindeki etkisi negatif olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç uzun vadeli borçlanmaların, turizm işletmelerindeki kâr marjlarını azaltabileceği yorumunun yapılmasını sağlayabilir. Bunun sebebi ise turizm işletmelerinin uygun olmayan uzun vadeli kredi koşullarından yararlanılması veya yeterli seviyede özkaynak ile faaliyette bulunulmaması olabilir. İşletme büyüklüğünün bir göstergesi olarak toplam aktiflerin kâr marjı üzerindeki etkisi pozitif yönde olup işletmelerin büyüdükçe kâr marjlarının da arttığı söylenebilir. Bu durumun sebebi ise ölçek ekonomileri ile açıklanabilir. Son olarak çalışan sayısının kâr marjını negatif etkilediği elde edilen bir diğer sonuçtur. Buna göre turizm işletmelerinde çalışan verimliliğinin olmadığı veya kâr marjına olumlu yansıyacak kadar olamadığı da ifade edilebilir.

5. SONUÇ

İşletmelerin kâr marjı üzerinde etkili olabilen içsel ve dışsal faktörler bulunmaktadır. İçsel faktörler işletme tarafından yönetilebilen özelliklere sahipken, dışsal faktörler, işletmeye ait olmayan piyasa koşullarından kaynaklanan etkilere sahiptir. Bu çalışmanın konusunu işletmeler tarafından değiştirilebilecek çeşitli finansal oranların kâr marjı üzerindeki etkisi oluşturmaktadır. Bu sayede örneklem konusuna giren turizm işletmelerinin, kâr marjını arttırmak üzere hangi yöntemlere başvurması gerektiği görülebilir. Bu çerçevede çalışmada 21 farklı ülkede faaliyet gösteren 334 turizm işletmesine ait veriler, panel veri metodolojisi yardımıyla incelenmiştir. 2007-2016 dönemleri arası yıllık frekanstaki cari oran, kaldıraç oranı, toplam aktifler ve çalışan sayısının kâr marjını ne yönde etkilediği incelenmeye çalışılmıştır.

Analizlerden elde edilen sonuçlar, cari oranının örneklemde yer alan işletmeler için kâr marjını pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olarak etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu sonuç çalışmaya konu olan işletmelerin nakit yönetim politikalarının başarılı olduğunu gösterebilir. Ayrıca 2005 yılında Goddard vd. yaptıkları çalışmada aktif kârlılık oranının cari orandan pozitif etkilendiği sonucuna varılmıştır. 2010 yılında Bilgili ve Düzer tarafından yapılan çalışmada da cari oran ile firma değeri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu ifade edilmiştir. Ancak bu bulgulara karşı olarak 2012 yılında Saldanlı tarafından yapılan çalışmada ise cari oranın aktif kârlılık üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmadığı belirtilmiştir.

Kaldıraç oranının ise kâr marjını negatif yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Buna göre işletmelerin borçlanmalarının kâr marjlarında azalmaya neden olduğu söylenebilir. Ayrıca kâr marjı üzerinde cari oranının pozitif ancak kaldıraç oranının negatif yönlü etkisi uzun vadeli borçlanma maliyetlerinin yüksek olmasıyla ilişkilendirilebilir. Yine aynı şekilde Vintila ve Nenu tarafından 2016 yılında yapılan çalışmada, likidite ve finansal kaldıraç oranı ile kârlılık arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Erdoğan tarafından 2018 yılında yapılan çalışmada finansal kaldıraç ile kârlılık arasında negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre turizm işletmelerinin uzun vadeli borçlanma maliyetlerinin göreli olarak yüksek olduğu söylenebilir.

Konuyla ilgili olarak aktif büyüklüğünün kâr marjı üzerindeki etkisinin anlamlı ve pozitif olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu durum ise ilgili turizm işletmelerinin ölçek ekonomilerinden yararlanmakta olduklarını ve büyüme ile toplam maliyetlerini minimuma indirebileceklerini ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgulara göre artan aktif büyüklüğünün ilgili işletmelerin kâr marjlarında artışa neden olduğu ifade edilebilir. Ayrıca Demirci tarafından 2017 yılında yapılan çalışmada da aktif kârlılık oranı ile aktif büyüklük arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Çalışan sayısının kâr marjı üzerindeki etkisi anlamlı ve negatif bulunmuştur. Bu sonuç işletmelerin büyümesiyle birlikte çalışan sayılarının artmasının kâr marjı üzerinde negatif etkisinin olabileceğini ortaya koymaktadır. Yine aynı şekilde 2013 yılında Demirel vd. tarafından yapılan çalışmada, çok sayıda personel çalıştırılmasının kârlılık performansını düşürdüğü ifade edilmiştir. Çalışan sayısı ile ilgili değerlendirilmesi gereken bir diğer husus ise çalışanların verimliliğidir. Ancak bu çalışmada sadece çalışan sayısına ait bulguların kâr marjı üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar turizm işletmeleri açısından değerlendirildiğinde işletmelerin dönen varlıklara yatırım yapmaları, ölçek ekonomilerinden yararlanmak amacıyla özkaynak temelli olarak büyümeleri, çalışan sayısını arttırırken çalışan verimliliğini de değerlendirmeleri önerilmektedir. Bütün bu sağladığı avantajlara karşın çalışmanın eksik yönleri de bulunmaktadır. Örneğin veri kısıtı sebebiyle verilere ulaşılabilen son tarih 2016 dönemidir. Ayrıca sadece NACE Rev. 2/1. koduna dahil edilen işletmeler incelenmiştir. Daha geniş turizm tanımıyla faaliyet gösteren işletmeler analizlere dahil edilmemiştir. Bu eksikleri dikkate alarak gerçekleştirilen yeni çalışmaların ise konuyla ilgili daha detaylı bilgiler sağlaması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

Aissa S.B., Goaied M. (2016) "Determinants of Tourism Hotel Market Efficiency", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 10 Issue: 2, pp.173-190.

Akdoğan N. ve Tenker N. (2003), *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri*, Gazi Kitabevi, s.611.

Akın A., Şimşek M.Y. ve Akın A. (2012), "Turizm Sektörünün Ekonomideki, Yeri ve Önemi", *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Sayı :4, s.63.

Anastasios M., Papadoudis G., Sfakianakis G. (2016) "The Financial Performance of Greek Hotels Before and During the Crisis", *Hospitality & Tourism Management*, Vol. 1, No. 2, pp. 11-14.

Arslan R. (2017) "Türkiye'nin Turizm Politikası (1923- 1960)", *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic,* Volume 12/19, s.1-16.

Artar A. (1999), "İşletmenin Stratejik Yönetim Sürecinde Fiyatlandırma Kararları", Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Yayın No:623, Ankara, , s.23

Birgili E. ve Düzer M. (2010), "Finansal Analizde Kullanılan Oranlar ve Firma Değeri İlişkisi: İMKB'de Bir Uygulama", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı 46, s.74-83.

Çetin H. ve Yetiş Z. (2017), "Turizm İşletmelerinde Ekonomik Sürdürülebilirlik ve Krizler: Krizlere Karşı Alınabilecek Önlemler", *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic,* Volume 12/31, s.343-360.

Demirel E., Atakişi A., Abacıoğlu S. (2013), "Bankacılık Faaliyet Oranlarının Panel Veri Analizi: Türkiye'deki Kamu, Özel ve Yabancı Sermayeli Bankaların Durumu", *Muhasebe ve Finansman Dergisi,* Temmuz, s.110.

Dickey, D.A. ve Fuller W.A. (1981), Distribution Of The Estimators For Autoregressive Time Series With A Unit Root, *Econometrica,* 49, p.1057-1072.

Erdoğan M. (2018), "Turizm İşletmelerinin Finansal Performanslarını Etkileyen Firmaya Özgü, Sektörel ve Makroekonomik Belirleyiciler", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 41, s.101-127.

Erkan B., Kara O. ve Harbalıoğlu M. (2013), "Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri", *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 39, s.1-20.

Goddard J., Tavakoli M. and Wilson J.O.S. (2005), *Determinants Of Profitability In European Manufacturing and Services: Evidence From a Dynamic Panel Model,* p.1269-1282.

Gümüş, S. ve Polat N. (2012), *Sağlık Turizminde Pazarlama Değişkenlerine Bir Bakış ve İstanbul Örneği*, Hiperlink Yayınları, İstanbul, s.5-6.

Im, K., Pesaran, H., and Shin Y. (2003), "Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels", *Journal of Econometrics,* 115, p.53-74.

İskenderoğlu Ö., Karadeniz E., Atioğlu E. (2012), "Türk Bankacılık Sektöründe Büyüme, Büyüklük ve Sermaye Yapısı Kararlarının Kârlılığa Etkisinin Analizi", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi,* Nisan, 7(1), s.291-311.

Karadeniz E., İskenderoğlu Ö. (2011), "İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda İşlem Gören Turizm İşletmelerinin Aktif Kârlılığını Etkileyen Değişkenlerin Analizi", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 22, Sayı 1, Bahar: s.65- 75.

Karadeniz E., Kaplan F., Günay F. (2016), "Sermaye Yapısı Kararlarının Kârlılığa Etkisi: Borsa İstanbul Turizm Şirketlerinde Bir Araştırma", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13 (3), s.38-55.

Kazım Eser (2009), *Konaklama İşletmelerinde Stratejik Maliyet Yönetimi ve Kârlılık İlişkisi*, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Karaman, s.143-146.

Kendirli S., Konak F. (2014), "İşletme (Çalışma) Sermayesi Yönetiminin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi: BİST Gıda, İçecek Endeksi Uygulaması", *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 41, s.7.

Kiracı M. (2009), "Stok Yönetimi Ve Kârlılık İlişkisinin Finansal Oranlar Aracılığıyla İncelenmesi: İMKB İmalat Sektöründe Bir Araştırma", *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 36 (Haziran), s.161-195.

Koşan L. ve Karadeniz E. (2014), "Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri Alt Sektörünün Finansal Performansının Du Pont Finansal Analiz Sistemi Kullanılarak İncelenmesi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11 (2), s.75-89.

Kozak M. ve Bahar O. (2015), *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, 7.Baskı, Ankara, s.29.

Kutlar A. (2000), *Ekonometrik Zaman Serileri*, Ankara: Gazi Kitabevi, s.252.

Levin, A., Lin, C. ve Chu, C. (2002), "Unit Root Tests in Panel Data: Asymtotic and Finite-Sample Properties", *Journal of Econometrics*, 108, ss.1 24.

Pandey, IM. (1979), *Financial Management*, , Vikas Publishing, New Delhi, s.443.

Phillips, P. ve Perron, P. (1988), Testing for a Unit Root in Time Series Regression, *Biometrica*, 75, p.333-346.

Saldanlı A., (2012), "Likidite ve Kârlılık Arasındaki İlişki-İMKB-100 İmalat Sektörü Üzerine Ampirik Bir Çalışma", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:16, s.174.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, "Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler", Teşvik Çalışma Grubu, Ankara, 2009, s. 1.

Vintilă G. and Nenu E.A. (2016), "Liquidity and Profitability Analysis on the Romanian Listed Companies", *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, p.7-8.

2017 Annual Report, World Tourism Organization, UNWTO Pub., s.11.

2634 sayılı Turizm Teşviki Kanunu.

http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9851/turizm-istatistikleri.html (Erişim Tarihi 17.09.2018).