



T.C.

HİTİT ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

**TURİZM İŞLETMELERİNDE NAKİT YÖNETİMİ VE NAKİT
AKIMLARININ FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Merve ÇELİK

Çorum - 2022

**TURİZM İŞLETMELERİNDE NAKİT YÖNETİMİ VE NAKİT
AKIMLARININ FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ**

Merve ÇELİK

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı**

Yüksek Lisans Tezi

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Fatih KONAK

Çorum 2022

Merve ÇELİK tarafından hazırlanan “Turizm İşletmelerinde Nakit Yönetimi ve Nakit Akımlarının Firma Performansına Etkisi” adlı tez çalışması 20/06/2022 tarihinde aşağıdaki jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Hitit Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Fatih KONAK

.....

Doç. Dr. Ali BAYRAM

.....

Dr. Öğr. Üyesi Kübra Müge ÇAKARÖZ

.....

Hitit Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulunun 22/06/2022 tarih ve 2022/1314 sayılı kararı ile Merve ÇELİK' in İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans derecesi alması onanmıştır.

Prof. Dr. Muhammed Asif YOLDAŞ

Enstitü Müdür V.

TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını beyan ederim.



Merve ÇELİK

TURİZM İŞLETMELERİNDE NAKİT YÖNETİMİ VE NAKİT AKIMLARININ FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ

Merve ÇELİK

ORCID: 0000-0002-6794-0393

HİTİT ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Yüksek Lisans Tezi

Mayıs 2022

ÖZET

Nakit kavramı ve nakdin yönetilmesi sektör gözetmeksizin tüm işletmeler için büyük önem göstermektedir. İşletmeler faaliyetleri süresince nakit ihtiyacı duymaktadırlar ve bunun için de finansman bulmaları gerekmektedir. Bu durumun tam tersi nakit fazlası olduğu durumlarda da yatırıma dönüştürmesi gerekmektedir. Turizm işletmelerinin nakit yönetimi kapsamında çoğunlukla hizmet üreten işletmeler olmaları sebebiyle farklı nakit yönetimi izlenmektedir. Nakit tutarlarına göre de firmaların performansı etkilenmektedir.

Bu çalışmanın amacı turizm işletmelerinin nakit akımı ile firma performansları arasında kurduğu denge ve nakit tutarının performansı nasıl etkilediğini incelemektir. Borsa İstanbul Turizm Endeksi'nde (BİST) işlem gören yedi turizm işletmesinin nakit akımlarından veriler toplanarak Panel Veri Analizi ile analiz edilmiştir. Nakit yönetiminin firma performansına etkisinin olduğu görülmektedir. Araştırmada, işletmelerin nakit akımlarından sağlanan nakit akımlarının, asit test oranının ve toplam varlıklarının anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kavramlar: Nakit, Nakit Yönetimi, Nakit Akımı, Turizm İşletmeleri, Borsa İstanbul (BİST)

Bilim Kodu: 115303-115305

CASH MANAGEMENT IN TOURISM ENTERPRISES AND THE EFFECT OF CASH FLOWS ON FIRM PERFORMANCE

Merve ÇELİK

ORCID: 0000-0002-6794-0393

HITIT UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL

Master of Science Thesis

May 2022

ABSTRACT

The concept of cash and the management of cash are of great importance for all enterprises, regardless of the sector. Businesses need cash during their activities and they need to find financing for this as well. On the contrary, in cases where there is a surplus of cash, it is also necessary to convert it into an investment. Due to the fact that tourism enterprises are mostly service-producing enterprises within the scope of cash management, different cash management is monitored. The performance of firms is also affected according to their cash amounts.

The aim of this study is to examine the balance between cash flow and firm performance of tourism enterprises and how cash amount affects performance. Data from the cash flows of seven tourism enterprises traded on the Borsa Istanbul Tourism Index (BIST) were collected and analyzed by Panel Data Analysis. It is seen that cash management has an impact on firm performance. In the study, it was concluded that the cash flows from the cash flows of the enterprises, the acid test ratio and the total assets of the enterprises were significant.

Key Terms: Cash, Cash Management, Cash Flow, Tourism Enterprises, İstanbul Stock Exchange (BİST)

Science Code: 115303-115305

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans çalışmam boyunca bilgi ve birikimlerini sürekli olarak benimle paylasan, güler yüzü ve destek veren sözleri ile çalışma azmimi ve hırsımı arttıran, lisans eğitimimden bu zamana kadar desteklerini esirgemeyen saygıdeğer danışman hocam Doç. Dr. Fatih KONAK'a çok teşekkür ederim.

Tez çalışmam boyunca hatta eğitim hayatımın ilkokulundan bu zamana kar geçen süre içerisinde sürekli desteklerini esirgemeyen ve her zor anımda, umutsuzluğa kapıldığım anlarda beni tekrardan canlandıran sevgili ailem; babam Hasan ÇELİK'e, annem Sebile ÇELİK'e, kız kardeşim Melek GÜCENMEZ'e ve erkek kardeşim Ferdi GÜCENMEZ'e sonsuz teşekkür ederim.

En son olarak da lisans ve lisansüstü eğitim dönemimde sürekli desteklerini hissettiren ve moral veren arkadaşlarım Recep Ersin ÇİZİKÇİ'ye, Aysun ARSLAN'a ve Hilal DÜZENLİ'ye çok teşekkür ederim.

Merve ÇELİK

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLERİ DİZİNİ.....	xi
GRAFİKLER DİZİNİ.....	xii
KISALTMALAR.....	xiii
GİRİŞ.....	1

1. BÖLÜM

TURİZM İŞLETMELERİNİN GENEL YAPISI VE TEMEL KAVRAMLAR

1.1.Turizmin Tanımı Ve Özellikleri.....	3
1.2.Turizm Ürünü.....	4
1.2.1.Turizm Ürünlerinin Kaynakları.....	5
1.3.Turizm İşletmesinin Yapısı Ve Tanımı.....	6
1.4.Turizm İşletmelerinin Önemi Ve Amacı.....	8
1.5.Turizmin Gelişmesine Etki Eden Faktörler.....	9
1.5.1.Teknolojik Faktörler.....	10
1.5.2.Turizm Kredileri.....	10
1.5.3.Eğitim Ve Kültür Seviyesinin Artması.....	10
1.5.4.Ücretli Tatil Ve Gelir Faktörü.....	11
1.5.5.Nüfus Faktörü.....	11
1.6.Turizm Endüstrisi.....	12
1.6.1.Turizm Endüstrisinin Yapısı Ve Bileşenleri.....	13
1.7.Dünyada Ve Türkiye’de Turizm.....	17

	Sayfa
1.7.1.Küresel Turizmin Gelişimi.....	18
1.7.2.Türkiye’de Turizmin Gelişimi	23
1.7.3.Türkiye’de Turizm İşletmelerinin Yapısı	28

2. BÖLÜM

NAKİT YÖNETİMİ, NAKİT AKIMLARI VE TEMEK KAVRAMLARININ İNCELENMESİ

2.1.Nakit Kavramı	31
2.1.1.Nakit Kavramının Tanımı	31
2.1.2.Firmaların Nakit Bulundurma Nedenleri.....	32
2.1.3.İşletmelerdeki Nakit Miktarını Ve Nakit Akımlarını Etkileyen Faktörler.....	34
2.1.4.Nakit Tutmanın Faydaları	38
2.1.5.Fazla Nakit Bulundurmanın Maliyeti.....	39
2.1.6.Nakit Yetersizliğinin İşletmelere Olumsuz Etkileri.....	40
2.1.7.Nakit Akımının Tanımı.....	40
2.2.Nakit Yönetimi	43
2.2.1Nakit Yönetiminin Önemi	44
2.2.2.Nakit Yönetiminin Amacı.....	45
2.2.3.Nakit Yönetiminde Etkinliği Arttırıcı Tedbirler	47
2.2.4.Alternatif Nakit Yönetim Teknikleri.....	49
2.2.5.Nakit Bütçesi Hazırlama.....	51
2.2.6.Likidite Planı Oluşturma:.....	52
2.3.Nakit yönetiminde yaklaşımlar:	52
2.3.1.Optimum nakit düzeyinin belirlenmesine dair yaklaşımlar:	52
2.3.2.Optimum Nakit Tutarının Belirlenmesinde Modern Yaklaşımlar.....	59

3. BÖLÜM

NAKİT YÖNETİMİ VE NAKİT AKIMLARININ FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: BİST TURİZM ENDEKSİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

3.1.Literatür	63
---------------------	----

	Sayfa
3.2. Araştırma Metodolojisi	66
3.2.1.Araştırmanın Amacı Ve Veri Seti	66
3.2.2.Araştırma Modeli	67
3.2.3.Araştırmanın Yöntemi Ve Analizi.....	68
SONUÇ	71
KAYNAKÇA	74
EKLER	80
EK-1 Nakit Akım Tablosu	81



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo	Sayfa
Tablo 1.1. Küresel ve Bölgesel Turist Sayılarında Büyüme.....	19
Tablo 2.1. Nakit Akımının Hesaplanması.....	38
Tablo 3.1. Araştırmada Kullanılacak BİST’de İşlem Gören Turizm İşletmeleri	61
Tablo 3.2. Araştırma Değişkenleri	63
Tablo 3.3. Tanımlayıcı İstatistik Bilgileri	64
Tablo 3.4. Kullanılan Değişkenlere Ait Korelasyon Matrisi	64
Tablo 3.5. Modellere İlişkin Havuzlanmış OLS Sonuçları.....	64
Tablo 3.6. Hausman Testi Sonuçları.....	65
Tablo 3.7. Sabit Etkiler Modeline İlişkin Sonuçlar.....	65

ŞEKİLLERİ DİZİNİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1.1. Seyahat ve Turizm İçin Önem Taşıyan Kaynaklar	5
Şekil 2.1. İşletmelerin Faaliyet Alanları	32
Şekil 2.2. Miller_Orr Modeli Nakit Dalgaları	49
Şekil 2.3. Stone Modeli Nakit Hareket Aralığı.....	50
Şekil 2.4. Beranek Modeli Nakit Hareketliği	52
Şekil 2.5. Denge Teorisi Optimum Nakit seviyesi	53
Şekil 2.6. Denge Teorisi Optimum Nakit seviyesi	55

GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik	Sayfa
Grafik 1.1. Küresel Turist Sayısı.....	18
Grafik 1.2. Küresel Turizm Gelirleri.....	20
Grafik 1.3. Türkiye'ye Gelen Ziyaretçi Sayısı (2010-2020)	22
Grafik 1.4. Türkiye'nin Turizm Geliri (1000 \$)	23
Grafik 1.5. Türkiye'nin Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	24
Grafik 1.6. Gelen Yabancı Turistler (İlk 10)	25
Grafik 1.7. Türkiye'deki Son 10 Yıllık Konaklama Tesislerinin Sayısı	27

SİMGELER VE KISALTMALAR

Simgeler

Y	Bağımlı değişken
X_k	Bağımsız değişkenler
a	Sabit parametre
β_k	Eğim parametreleri
u_{it}	Hata
N	Birim Sayısı
T	Dönem Sayısı
t	Zaman
i	Yatay Kesit

Kısaltmalar

APKO	Aktif Pasif Komitesi
ATILR	Etiler Gıda
ATO	Asit-Test Oranı
AVTUR	Avrasya Petrol Ve Turizm
AYCES	Altınyunus Çeşme Turistik Tesisler Anonim Şirketi
BİST	Borsa İstanbul
CO	Cari Oran
DÖVTA	Dönen Varlık/Toplam Varlık
ETILR	Etiler Gıda Ve Ticari Yatırımlar Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi
FFN	Finansal Faaliyetlerden Nakit Akışı
IFN	İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışı
İMKB	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
KAP	Kamuyu Aydınlatma Platformu
KO	Kaldıraç Oranı
KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletmeler

M.Ö.	Milattan Önce
MAALT	Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler Anonim Şirketi
MARTI	Martı Otel İşletmeleri Anonim Şirketi
Md	Madde
PKENT	Petrokent Turizm A.Ş.
ROA	Aktif Karlılık
ROE	Öz Sermaye Karlılığı
T.C.	Türkiye Cumhuriyet
TEKTU	Tek_Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi Ve Yatırımlar Anonim Şirketi
TMS	Türkiye Muhasebe Standartları
TOBİN'Q	Tobin's Q Oranı
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
TV	Toplam Varlık
ULAS	Ulaşlar Turizm Yatırımları ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama Anonim Şirketi
YFN	Yatırım Faaliyetlerinden Nakit Akışı

GİRİŞ

Nakit, geniş bir alanda önemlilik arz eden bir kavramdır. Bireylerin hayatlarını ikame edebilmeleri için, firmaların devamlılıklarını sağlayabilmeleri için veya ülkelerin ekonomik büyümeleri refahı için gerekli olan hayati bir husustur. Bakıldığında nakit unsurunun tek başına bir getirisinin olmamasına rağmen birçok alanda ihtiyaç duyulan bir kaynaktır. Firmaların devamlılıklarını sağlayabilmeleri alanında ihtiyaç duyuldukları bir hammadde görevini görmektedir. Bu kapsamda nakit, firmalar için en büyük likiditeye sahip oldukları varlıktır. Birçok alanda ihtiyaç duyulan ve önemli olmasından dolayı bu kavramın yönetilmesi de gerekmektedir. Nakit yönetiminin asıl işlevi (görevi) nakit fazlası ve eksiklerinde meydana gelen değişimleri veya meydana gelebilecek değişim tahminlerini dikkate alarak işletmede bulundurulması gereken nakit tutarını ifade eder. İşletmede bulundurulması nakit miktarının yanında elde edilen nakdin nerelerde nasıl kullanılacağına yönelik kararlar vermektedirler. Firmalar fazla nakdi ellerinde bulundurmaya istemezler, amaçladıkları optimum nakit miktarının belirlenmesidir. Atıl fonlarının bulundurulması firmalara istemedikleri maliyetleri yüklemektedir. Finans yöneticileri bu maliyetlerden kaçınmak için ellerindeki atıl fonları yatırıma dönüştürerek gelir elde etmeyi amaçlamaktadırlar.

Küreselleşme ile birlikte artan faiz oranları, enflasyon ve değişiklik gösteren ekonomik koşullar sebebi ile firmalar için nakit kavramı oldukça önem kazanmıştır. Firmalar her zaman yatırımlarını finanse edebilecek fonların nerelerden temin edileceği konusunda karar vermeleri gerekmektedir. Bu kapsamda nakit yönetimi ve firmaların nakit akımları, karar vermede büyük rol oynar. Nakit yönetiminde meydana gelecek sapmalarda yani firma girdileri ile çıktıları arasındaki dengenin sağlanamadığı koşullarda yatırım yapılması planlandığında ihtiyaç duyulan tutarın kredi ile finanse edilmesi durumunda firmanın kredibilitesinin düşük olmasına neden olacaktır. Bu sebeple firmalar için nakit giriş ve çıkışlarını finans yönetimini etkilemekle birlikte firmaların geleceğe dönük tüm stratejilerini ve hedeflerini etkilemektedir. Bu da firmaların iç dinamiklerinden biri olan nakit akımlarının uzmanlar tarafından yönetilmesi ve firma değerinin artırılmasına yönelik çalışmaların, yatırımların ve geleceğe dönük planlamaların yapılması sağlanmaktadır.

Nakit kavramı her alanda kullanımı ve yönetimi değişmektedir. Firmaların sektörsel yapısı, satış hacmi, borç oranı ve hatta alacaklarının tarihlerine göre dahi finans yöneticileri nakit miktarını belirlemektedirler. Mal ve hizmet üretim şekillerine göre de değişmektedir. Turizm işletmeleri sektörü olarak bakıldığında birçok firmaya göre farklı yapıya sahiptir. Turizm firmaları hizmet yoğunlukta çalışmaktadırlar yani somut ürettikleri bir mal yoktur. Bundan dolayı da nakit bulundurma miktarı mal üreten firmalara göre daha az tutarlarda gerçekleşmektedir. Diğer bir taraftan sezonluk veya diğer bir ifade ile mevsimsel bir sektördür. Yılın belirli dönemlerinde yoğun faaliyetlerine devam ederler ve belirli dönemlerinde faaliyetlerinde azalmalar ya da durmalar gerçekleşmektedir. Bundan dolayı dış

etmenlerden etkilenmeleri çok fazladır. Özellikle turizm kavramı ülkeler için önemli bir sektördür. Etkilendikleri hususlara örnek vermek gerekirse, dış misafirlerin (turistlerin) gelmeleri ülke ekonomisi için döviz girişi sağlamaktadır. Bundan dolayı turizm işletmeleri kur dalgalanmalarından hemen etkilenmektedir. Bunun yanı sıra 2019'un son çeyreğinde gerçekleşmiş olan küresel salgının sektörü durdurması ve birinci bölümde de görüleceği gibi veriler 2020 yılında ani düşüşe geçmiştir. Bu gibi sebepleri göz önüne alarak firmalar nakit ihtiyaçlarını optimum düzeyde belirlemeleri ve nakit miktarlarını etkin ve verimli bir şekilde yönetmeleri gerekmektedir. Nakit yönetiminin etkin bir şekilde yapılamaması firmaların iflasına kadar gitmesine hatta iflas etmelerine neden olmaktadır.

Bu çalışmada, işletmelerde nakit yönetiminin ve nakit akımlarının firmaların performansını etkilemesi incelenmektedir. Borsa'da işlem gören 7 turizm işletmesinin 2012-2021 yılları nakit yönetim ve nakit akımları incelenerek firma performanslarına etkileri genel olarak değerlendirilmiştir. Kullanılan finansal veriler Borsa İstanbul Turizm Endeksinde işlem gören firmaların verileri değerlendirilmeye alınmıştır. Veriler KAP' tan (Kamuyu Aydınlatma Platformu) yararlanılarak ulaşılmıştır.

Bu çalışmanın temel amacı nakit yönetimi hakkında detaylı bilgiler verip nakit akımlarının firma performansına olası etkisini çıkarabilmektir. Bu amaç doğrultusunda da Borsa İstanbul Turizm Endeksi'ne ait 2012-2021 yılları arasındaki veriler dikkate alınarak panel veri analizi yöntemi ile bu olası ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda çalışma 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizm kavramı Türkiye'de ve dünyada turizmin gelişimi hakkında bilgi verilmektedir. İkinci bölümde ise çalışmanın odak noktasını oluşturan nakit yönetimi ve nakit yönetiminin firma performansına olan etkileri anlamında bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde ise çalışmada uygulanan metodoloji, uygulanan yöntem sonucunda bulguların analizi ve değerlendirilmesi ve bunların öncesinde nakit yönetiminin firma performansına etkisi anlamında ulusal ve uluslararası literatürde öne çıkan çalışmalardan bazılarının yer verilmiştir. Nihai olarak da çalışma sonlandırılacaktır.

1. BÖLÜM

TURİZM İŞLETMELERİNİN GENEL YAPISI VE TEMEL KAVRAMLAR

Turizm işletmeleri, hizmet yoğunlukta işletmeler olmasından dolayı imalat firmalarına göre yönetim ve yapısal olarak farklılık göstermektedir. Bu bölümde de ilk olarak turizm kavramından ve daha sonrasında turizm işletmelerinden, amacından ve öneminden bahsedilmektedir. Turizm sektörü çok geniş bir yelpazeye sahiptir. Kendi içerisinde ayrılmaktadır. Yani turizm işletmeleri adı altında konaklama, ulaşım, yeme-içme, eğlence gibi birçok firmayı kapsamaktadır. Devamında ise turizm endüstrisinden bahsedilmektedir. Turizm işletmelerinin gelişimi firmaların buldukları birçok faktöre bağlı olarak gerçekleşmektedir ve ülkeler için büyük öneme sahiptir. Bu kapsamda da bu bölümün sonunda da turizm işletmelerinin dünyada ve Türkiye'deki gelişiminden ve Türkiye'de bulunan turizm işletmelerinin yapısından bahsedilmektedir.

1.1. Turizmin Tanımı ve Özellikleri

Küreselleşme ile birlikte gelişmekte olan teknoloji ve insanların yoğun çalışma saatleri sonucunda insanların stresten uzak, dinlenebilmeleri ve eğlenebilmeleri gibi faaliyetlerin öneminin artması sonucu turizm kavramı da büyük önem kazanmıştır. İnsanlar yoğun şehir ve iş tempolarından uzaklaşmak ve dinlenmeleri, eğlenmeleri için farklı bölgelere seyahat etmektedirler. Bu bağlamda turistik aktivitelerinde artmasına neden olmuştur ve günümüzde ise turizm kavramı bir ihtiyaç olarak görülmeye başlamıştır. Turizmin ihtiyaç haline gelmesinin en büyük etmeni de bireylerin gelir düzeyinde artışın olması veya günümüzde her gelir düzeyine uygun turistik aktivitelerin bulunmasının da büyük önemi vardır.

Turizm kısa olarak bireylerin veya turistlerin boş zamanlarını değerlendirmek amacı ile buldukları konumdan başka konuma gitmesi anlamına gelmektedir. Bahsedilen boş zamanların dışında sağlık, dini, seminer, kariyer etkinlikleri gibi durumlarda turizm tanımının içine girmektedir. Bu kapsamda turizmin gerçekleşmesi için bazı önemli kriterler bulunmaktadır. Bunlardan biri insanların eğlenmek, dinlenmek, sağlık ve dini ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile gidilen bölgelerde kazanç sağlanmaması gerekmektedir. Bir diğeri de gidilen destinasyonlarda sürekli olarak yerleşme amacının olmaması ve konaklamanın, turizm sayılabilmesi için 24 saatten fazla konaklanması gerekmektedir. (Yeşiltaş, 2018, s. 4-5)

Genel hatları ile turizmin özellikleri şu şekildedir:

1. İnsanların (bireylerin) sürekli yaşadığı, çalıştığı ve yaşamını ikame ettirdiği bölgelerden başka yerlere seyahat etmesidir.
2. Seyahat eden insanlar gittikleri yerde geçici olarak kalmaları belirli bir süre sonra yaşam standartlarını devam ettirdikleri yere geri dönmeleri gerekmektedir.

3. Seyahat eden kişilerin gittikleri bölgelerde turizm işletmelerinin sağladığı mal ve hizmetleri talep ederek ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar.

1.2.Turizm Ürünü

Tüm sektörlerde olduğu gibi işletmelerin örgütsel ve faaliyetlerin büyük çoğunluğu kendilerinin ürettiği ürünleri kapsamaktadır. Ürün kavramı insanların ihtiyaçları, isteklerini karşılamak amacı ile pazara sunularak tüketicilerin elde ettiği şeylerdir. Ürünler, buldukları sektör ve faaliyet alanlarına göre farklılık göstermektedir. Genel olarak sektörlerin oluşturduğu ürünlerin çoğunluğu mal özelliği taşıyan daha somut nesnelere veya varlıklardan oluşmaktadır.

Sektörlerin bulunduğu endüstri kapsamında üretilen ürünlerde farklıdır. Günümüzde firmaların çoğunluğu daha somut ürünler üretmektedirler. Fakat gün geçtikçe firmaların hizmet kalitesi de büyük önem kazanmaya ve tüketiciler tarafından dikkat edilen özellikler arasına girmiştir. Bu çerçevede turizm sektöründe hizmet ön planda olması da firmaların imajlarını ve kalitesini oluşturmaktadır. Turizm işletmeleri ürettikleri ürünlerin tüketiciler tarafından memnun kalınıp kalınmaması büyük önem taşımaktadır. Çünkü turizm işletmelerinde üretilen ürünler hemen tüketilmektedir ve telafi edilme durumu ya da ürün üzerinde yenileme yapılması imkânsız denecek kadar azdır. İyi ya da kötü olmasına göre turistler tarafından işletme hakkında bir algı oluşmaktadır.

Turizm kavramı ile, turistlerin boş zamanlarını değerlendirdikleri ve ihtiyaçlarının karşılandığı bir sektörü ifade etmektedir. Bu kapsamda ürün kavramı ile turizmin genel tanımlarından yola çıkarak turizm ürünü, insanların (turistlerin) yaşamlarını sürdürdükleri destinasyonlarda ulaşamadıkları ihtiyaçların karşılandığı mal ve hizmetler bütünü olarak tanımlayabiliriz.

Turizm sektöründeki işletmelerin genel olarak ürün yapısına bakıldığında otel işletmelerinin çoğunluğu "konaklama", acente işletmelerinin çoğunluğu "seyahat" ürünlerini sundukları görülmektedir. Bu kapsamda turizm endüstrisi içinde yer aldıklarını kabul etmekle beraber, birçoğunun turizm ürünü olarak adlandırdıkları tek ya da tam bir ürün sunduğu düşünülmez. Bu kapsamda turizm endüstrisinde tek bir ürün anlayışındansa bir ürün ve hizmet toplamı olarak tanımlanması daha uygun olacaktır. (İçöz & İçöz, 2018, s. 97)

Turizm ürünü diğer üretim alanlarının ürün tanımlamalarından çok farklıdır. Çünkü turizmde tek bir ürün kavramı ve algılarının farklı olduğu anlamına gelmektedir. Tüketicilerin satın almış olduğu veya elde ettiği ürün birim olarak değil de toplam bir paket ve deneyimdir. Örneğin otellerin sunmuş olduğu konaklama yanı sıra diğer otel hizmetleri gibi. Bu kapsamda turizm ürünü olarak sabit bir tanım veya tek bir üründen söz etmek mümkün değildir.

Turizm ürünlerinin belirli özellikleri vardır. Bunlar ;

- Turizm ürünleri üretildikleri yerde tüketilmektedir.
- Ürünler stok edilemez.
- Turizm ürünlerinde tüketiciler öznel ve bireysel değerlendirmeler daha fazladır.
- Turizm ürünleri birleşik ürün özelliğine sahiptir. Bu da ürün birden fazla hizmetin harmonisi ile oluşur.
- Turizm sektöründe markaya bağlılıktan ziyade imaj kavramı daha önemlilik göstermektedir.
- İnsanların (tüketicilerin) ihtiyaçlarındaki veya isteklerindeki sürekli değişikliklerden dolayı ürünler sürekli olarak bir inovasyon içindedir. Bu da standartlaştırma yapılmasını engellemektedir.

Turistik ürünü oluşturan belirli unsurlar ve bu unsurlara bağlı olarak ürünler çok fazla çeşitlilik göstermektedir. Bunlar;

- Turizm amacı ile gidilen destinasyon merkezine kadar kullanılan ulaşım araçları (hava, deniz, kara, demiryolu ile)
- Konaklama tesislerindeki çeşitlilik (otel, kamping, apart otel gibi)
- Seyahat süresi de ürünlerde değişikliğe sebep olan unsurlar arasında yer almaktadır. (aylık, haftalık gibi)
- Seyahatin işleyiş şekline göre (kalıcı sejour, gezici excursion)

1.2.1.Turizm Ürünlerinin Kaynakları

Turizm işletmelerinin ürünlerini üretebilmeleri için gerekli olan temel bileşenler vardır. Bunlarda tüm işletmelerin temelini oluşturan doğal kaynaklar, işgücü ve sermayedir. Turizm sektöründe dönersellik veya mevsimsellik söz konusu olduğundan dolayı doğal kaynaklar büyük önem taşımaktadır. Turizm işletmelerinin kurulduğu coğrafi yapıya bağlı olarak üreteceği ürün farklılık göstermektedir. Bu durumda firmalar kaynaklar konusunda birbirleri ile sürekli rekabet halindedirler. Bu kapsamda da kış turizmi ve yaz turizmi olarak ayırabiliriz. Bir diğeri ise işgücü bu kapsamda insanların emeği ve girişimcilik olarak tanımlamak mümkündür. Sonuncusu ise sermaye, insanlar ilk olarak girişimcilik projelerini hazırlar ve onu hayata geçirebilmesi için en önemli şey sermayedir. Turizm işletmelerinde sermaye kavramı doğadaki kaynakların (plaj, kayak alanları, su kaynakları gibi) geliştirilmesi olarak tanımlayabiliriz. Bu kaynaklarında yıl içerisinde sürekliliği yani turist çekme dönemlerinin yoğun olduğu dönemler vardır. Bu dönemler dışında işletme bünyesindeki ihtiyaçların karşılanabilmesi veya yeni yatırımların yapılabilmesi için sermaye kavramı büyük önem göstermektedir.



Şekil 1.1. Seyahat ve turizm için önem taşıyan kaynaklar

Kaynak: İçöz, O., & İçöz, O. (2018). Turizm Arz ve Talebi. A. Üniversitesi içinde, *Genel Turizm Bilgisi* (s. 99). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Kaynakların ihtiyaç ve işletme oluşumuna göre sıralaması yukarıdaki şekilde gösterilmiştir. Şekil incelendiğinde işletme kurulmadan önce girişimin fizibilite etütlerinin yapılarak ihtiyaçların belirlenmesi sonucunda gerekli sermaye, nakit veya çeşitli fonlar ile karşılanmaktadır. Yapılacak olan yatırımın hangi sektöre bağlı olacağı belirlenir ve bu kapsamda işletme faaliyetlerine başlar fakat küreselleşme ile şeklin altında bulunan doğa ve serbest kaynakların azaldığı ve bu kapsamda da işletmeler aralarında büyük rekabete sebep olmaktadır.

1.3. Turizm İşletmesinin Yapısı ve Tanımı

Günümüzde turizm kavramı ihtiyaç haline gelmesiyle birlikte insanların da turizm kapsamında istek ve ihtiyaçları da artmaya başlamıştır. Gelişim sürecinin hiç bitmeyeceği sektörlerden birisi de turizmdir. Her bireyin turizm bölgelerinde kalabilecekleri bir evlerinin olmamasından dolayı turistlerin ihtiyaçlar listesinin ilk sırasında konaklama gelmektedir. Bununla birlikte gelen diğer ihtiyaçlarda (yemek, içmek, eğlenmek, seyahat gibi) gidilen destinasyonlarda karşılanması gerekmektedir. Bu ihtiyaçların karşılanması amacı ile kurulan ve bireylerin taleplerini dikkate alarak mal ve hizmet üreten işletmelere turizm işletmeleri denmektedir.

Turizm işletmeleri, geçici süreliğine yer değiştiren insanların seyahat ve konaklama ihtiyaçlarının ve buna bağlı diğer gereksinimlerin gerçekleştirilmesi için mal ve hizmet sağlayan ekonomik birimlerdir. (Şenel, 2007, s. 4)

Turizm sektöründe bulunan işletmelerde dönemsellik ve mevsimsellik söz konusudur. Bu kapsamda daha çok hizmet içerikli faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Faaliyetlerinin dönemsel olması sebebi ile firmalar için nakit kavramı oldukça büyük önem arz etmektedir. Turizm sektörüne zaman ile birlikte artan ilgi ve talep, firmaların yeni yatırımlar yapması, sunduğu hizmetleri iyileştirmeleri ve global dünyaya uyum sağlama bilmesi için nakitte olan ihtiyacı da artmaktadır. Turizmde faaliyet gösteren işletmelerin gerek işgücü ve insan kaynağı maliyetleri gerekse kuruluş aşamasındaki bina açısından sermaye yoğun işletmelerdir.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler birden fazla etmeden etkilenmektedirler. Turizm işletmeleri, zaman geçtikçe sürekli değişim gösteren talep düzeyi, bulunduğu ülkenin ekonomik ve siyasi yapısına bağlı belirsizlikler ve yüksek döviz kur riskinin olduğu sektörde faaliyet göstermektedir. Oluşabilecek risklerden dolayı turizm işletmeleri varlık ve kaynak yönetimini yanı sıra kısa ve uzun vadeli borç ödeme yapısıyla ilgili finansal sıkıntılar yaşayabilir. Oluşabilecek bu sıkıntılar işletmelerin birçoğunda iflas riski ile karşılaşmasına sebep olmaktadır. Turizm işletmelerinin başarılı olmaları için işletme içi varlıklarını özellikle nakit yönetiminin uygun finansman yapısı ile yatırımlarını gerçekleştirilmesi ve artan bir nakit akışının olması gerekmektedir. İşletmelerin artan nakit akışı ile birlikte doğru belirlenen finansman yöntemi ile yapılan yatırımlar sonucunda firmanın değerinde de artış gözlemlenmektedir.

Turizm sektörü birden fazla ve birbirinden farklı faaliyet yapısına sahip işletmelerden oluşmasından dolayı varlık ve kaynak yapısının yönetimi dikkatli incelenmesi gerekmektedir. Çünkü turizm işletmeleri kendi arasında birbirlerini olumlu veya olumsuz olarak etkilemektedirler. Örneğin bir tur acentesi ile çalışan bir otelin iflas etmesi sonucunda acentenin nakit akımında büyük derecede değişimler meydana gelmektedir. Bu da firmanın değerinin de değişmesine neden olmaktadır. Bundan dolayı turizm sektöründeki işletmeler için nakit kavramı büyük önem arz etmektedir. İşletmelerin sistematik ve sistematik olmayan riskten korunabilmelerini sağlamaktadır. Sürekli artış eğiliminde olan nakit akımı gözlenen işletmelerin gündemi ve artan talepleri karşılaması diğer işletmelere nazaran daha fazladır. Bu da tüketiciler yani turistler için bir çekim gücü oluşturmakta ve işletmenin yenilenmesini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra nakit akışının düzenli olması firmanın borçlarını zamanında ödemesine ve anapara ve faiz ödemelerinde finansal sıkıntı yaşamamasını sağlamaktadır.

Turizmin işletmelerinin sunduğu ürünler birbirinden farklı bir yapıya sahiptir. İnsanların ihtiyaçlarının karşılanması için turizm işletmeleri tek başına yeterli olmaya bilir. Bunun için mal ve hizmet üreten diğer işletmeler ile etkileşim halindedir. Yani örnek olarak otelini beğenmeyen bir turist bir dahaki tatil deneyiminde aynı kapsamda kullandığı tur acentesini tercih etmeye bilir.

Turizm işletmelerinden talep edilen mal ve hizmetlerin turistten turiste, günden güne ve hatta faaliyetlerinde dahi farklılık gösterebilir. Bu da turizm işletmelerinde sunulan mal veya hizmetin kalitesinde oluşabilecek problemlerin kontrolü veya standart bir yapıya sahip

olması durumunda problemlerle karşılaşılması olasıdır. Müşterilerin (turistlerin) taleplerindeki farklılıkların olması işletmeleri ekonomik ve sosyal olarak etkilemekte ve turizm işletmeleri faaliyet yapılarını sürekli yenilemeye ve geliştirmeye hazır olması gerektiğini göstermektedir. Yenilikçi ve gelişmeye yönelik bu dinamik yapı sayesinde turizm işletmesine olan talep de artacaktır.

1.4.Turizm İşletmelerinin Önemi ve Amacı

Turistlerin boş zamanlarını değerlendirmek, dinlenmek, gezmek gibi bir birçok faaliyeti amaçlamaları ve seyahat etmeleri sonucunda duyulacak ihtiyaçları karşılamak amacıyla kurulan işletmeler bütününe turizm işletmeleri diyoruz. Turizm işletmeleri, kültürel ve doğal kaynaklarla oldukça etkileşim halindedir. Birçok turizm işletmesi doğal kaynakların ve güzel çevresel yerlere kurulmuştur. Nüfusun artması ile turizm işletmeleri de çeşitlenmeye ve çoğalmaya başlamıştır. Buna bağlı olarak kitle turizmine olan talebin artması sonucunda kaynakların fazla kullanımına ve bazı kaynakların yok olmasına sebebiyet oluşturmaktadır. Kitle turizmi insanların belirli kitleler veya topluluklar halinde seyahat etmeleridir. Bu sorunun ortadan kaldırılması için sürdürülebilir turizm anlayışının işletmeler tarafından benimsenmesi gerekmektedir bu kapsamda "sürdürülebilirlik" ve "sürdürülebilir gelişim" konusunda 1970'li yıllarda doğayı korumak ve kaynakların devamının sağlanabilmesi için birçok toplantılar düzenlenmiştir (Sarkım, 2008, s. 3). Genel çerçevesi ile birlikte sürdürülebilir turizm, var olan doğal kaynakları kültürel ve tarihi mirasları gelecek nesillere zarar görmeksizin ulaştırmak ve korumayı amaçlayan bir yönetim biçimi olarak tanımlayabiliriz.

Bütün işletmelerin kuruluş amaçlarından biri olan kar elde etmekte turizm işletmeleri için önemlidir. Turizm işletmelerinin devamlılıklarını yani sürdürülebilirliklerini sağlayabilmeleri için finansal gücünün bulunması gerekmektedir. İşletme içerisinde bu finansal gücün uzun vadede fayda sağlaması için stratejiler ve planlar yapılmaktadır. Buna bağlı olarak da işletmelerin ülke içerisinde ve küresel açıdan rekabet koşullarına uyum sağlamaktadır (<https://www.gelecekturizmde.com/surdurulebilir-turizm-nedir/>). Daha sonrasında ise müşteri memnuniyeti işletmelerin amaçları içerisinde yer almaktadır. Turizm işletmeleri çoğunlukla soyut bir mal üretimi gerçekleştirmesinden dolayı turistlerin memnun ayrılmaları oldukça önemlidir. İşletmelerin bünyesinde bulunan kaynakların verimli bir şekilde kullanılması ve özellikle yenilenemeyen kaynakların minimum düzeyde kullanılarak ömrünün uzatılması ve en az düzeye indirilerek hem yerel halk olarak hem de küresel boyutta tanınırlığını arttırmayı ve daha fazla turist çekmeyi amaçlamaktadır.

Turizm işletmelerinin ülke ekonomilerine katkıları oldukça fazladır. Ülkeye gelen turistlerin yapmış olduğu harcamalar sonucunda o ülkenin ekonomik olarak gelişmesine ve parasal bir hareketliliğe neden olmaktadır. Bundan dolayı turizm işletmelerinin ekonomik boyutta ve dış

ödemeler dengesi açısından parasal boyutta önemlidir (Türkay, 2015, s. 8). Başka ülkeden gelen turistlerin seyahat ettikleri destinasyonlarda mal ve hizmet satın almaları sonucunda döviz bırakmaları ülke ekonomisini etkilemektedir ve ekonomik boyutta dönemsel olarak hareketlenmelere neden olmaktadır. Bu şekilde sağlanan gelirler işletmeler tarafından etkin ve verimli bir şekilde kullanılarak paranın piyasada hareketliliğini devam ettirecektir. Turizm işletmelerinin önemli olduğu diğer bir konu ise istihdam sağlamasıdır. Turizm işletmelerinde hizmetin sunulması için insan oldukça önemlidir.

Turizm işletmelerinden memnun bir şekilde ayrılan turistlerin kendi ülkelerine döndüklerinde gitmiş olduğu destinasyonu memnuniyet düzeyine göre çevresine anlatması ve dış bir algı oluşturmaya neden olmaktadır. Bundan dolayı turizm işletmelerinin kalitesi, gelişmişlik düzeyi ve son derece büyük önem arz eden sürdürülebilir turizm anlayışı benimsemeleri hem işletme açısından hem de ülke olarak olumlu bir geri dönüş oluşturacaktır.

Turizm işletmeleri çoğunlukla hizmet odaklı olduklarından dolayı somut bir mal üretme olanağı diğer işletmelere göre daha azdır. Diğer işletmeler ile turizm işletmeleri sürekli bir etkileşim halindedir. Örnek olarak, özellikle tarım sektörünün turizm işletmeleri ve gıda işletmeleri ile ayrılmaz bir bütün olarak görebiliriz. Biraz daha örneklemek gerekirse yiyecek içecek işletmelerin veya konaklama işletmeleri ele alındığında yiyecek içecek ihtiyaçlarının karşılanması için tarım ürünlerini satın almaları hem tarımın gelişmesine hem de turizm işletmesinin gelir elde etmesi için önemlidir (Egeli, 1997, s. 132).

1.5.Turizmin Gelişmesine Etki Eden Faktörler

Turizm sektörünün gelişimi birçok faktörün sonucunda gerçekleşmektedir. Fakat turizm sektörünün gelişim sürecine ve dünya genelinde faaliyete geçmesi "Sanayi Devrimi" ile başlamıştır. Bunun sebebi de etkileyen faktörlerde ülkelere gelen teknoloji gelişmeler, sanayi devrimi ile kurulan firmalar ve buna bağlı istihdam ve bireylerin gelirlerinde artışların gözlenmesi büyük bir sebep olmuştur. Bu kapsamda insanların sürekli ve sabit çalışması sonucunda oluşan yorgunluk ve stresin giderilmesi için insanlar eğlenecekleri ve dinlenebilecekleri konumlara seyahat etmeye başlamışlardır. Bu da turizm sektörünün gelişmesine neden olmuştur. Günümüze kadar da sürekli olarak gelişmiş ve artış göstermiştir. Bunun sebebi olarak da insanların boş zamanlarının artması (yıllık izin, bayram tatilleri gibi) ve alım gücündeki artış gibi etmenler turizm sektörüne olan ilgiyi de arttırmış ve daha fazla gelişmesine neden olmuştur.

1.5.1.Teknolojik Faktörler

Turizm sektörünü de diğer sektörler kadar çok fazla etkileyen, teknoloji kavramı gün geçtikçe daha da fazla önem arz etmeye başlamıştır. Geçmişten günümüze bakıldığında ulaşım yolları ve araçlardaki gelişmeler turizm sektörüne veya işletmelerine olan ulaşılabilirliği arttırmıştır. Bununla birlikte rahatlık, hız, güvenlik ve ucuzluk gibi insanların sosyal konforlarını da etkilemiştir. Diğer bir gelişmede kitle iletişim araçlarındaki gelişmelerdir. Gelişen iletişim araçları ile insanlara merak uyandıracak yeni yerlerin keşfetmesine veya dünyada gerçekleşen tüm olaylara, konulara ulaşılabilirliğin artmasına da turizmin gelişmesine neden olmuştur. Örneğin geçmişte günler süren yolculukların şu an saatlere indirilmesi veya şu anda bir iletişim aracı olan telefon sayesinde önceden varlığının dahi bilinmeyen bölgelerin görülüp merak edilmesi o bölgelere seyahat etme arzusunu tetiklemektedir.

1.5.2.Turizm Kredileri

Turizm sektöründeki işletmelerin mevsimsel ve dönemsel faaliyette bulunması yatırım yapmalarını ve nakit tutarları çok fazla etkilememektedir. Turizm işletmelerine bakıldığında ürün üreten işletmelere göre nakit oranlarını fazla tutmaları ve olağan üstü durumlarda (ekonomik kriz, deprem, sel v.b.) durulmada kredi bulabilme olanakları çok azdır. Bu kapsamda da devlet tarafından sunulan hibe veya faizsiz turizm kredisi imkanlarından faydalanabilirler. Sadece olağanüstü durumlarda değil gelişmek, büyümek isteyen turizm işletmeleri de bu krediden yararlanabilir. Bu krediden yararlanabilmesi için ülkemizde gerekli olan şartlarda KOSGEB aracılığı ile uygulamalı girişimcilik eğitiminin alınması ve bunun sonucunda girilen sınavda geçerli puanın alınmasıdır.

Turizm işletmeleri, turizm kredisini bankadan da alabilirler. Bu kapsamda da işletmelerin kredi başvurusunda bulunması ve banka yetkililerinin işletmeye dair araştırmaları sonucunda kredi alıp almayacağını belirtirler. Kredinin onaylanması sonucunda anlaşılan vade ve faiz oranına göre krediyi alabilirler.

Tüketici (turist) odaklı bakıldığında da yeterli alım gücü olmayan insanların seyahat etmek için verilen kredilerden yararlanmaları da etkili olmuştur. Kredinin taksitle ödenmesi insanlara finansman kolaylığı da sağlamıştır. Bu da insanların seyahat etmelerine ve turizm sektörünün gelişmesini etkilemiştir.

1.5.3.Eğitim ve Kültür Seviyesinin Artması

İnsanların kültürlerine ve geçmiş tarihine olan merak, ilgi ve bağlılığın artması ile birlikte kültürel ve tarihi bölgelere de olan ilgi artmıştır. Tarihe olan bağlılıktan dolayı insanların o destinasyona giderek kültürel mirasların korunması ile birlikte aynı atmosferi yaşıyor olmaları insanları çok fazla etkilemektedir. Bu hissiyattan dolayı aynı bölgelere seyahatlerde

artmaktadır. Örneğin Türkiye’de Çanakkale bölgesine giden turistlerin birçoğu birden fazla o bölgeleri ziyaret etmiştir.

Eğitim amacı ile gidilen seminer, konferans, okul gibi faaliyetlerde eğitimin süresi boyunca konaklama ve seyahatler turizmin canlanmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte eğitim düzeyinin artması insanların daha fazla kültürel turlara katılarak daha fazla araştırmacı davranarak merak etmesini de arttırmaktadır.

1.5.4.Ücretli Tatil ve Gelir Faktörü

Özellikle sanayi devrimi ile artan istihdam ve ücretli tatillerin oluşması ve düzenli gelir sağlanması bireylerin (insanların) yaşam standartlarında değişiklikler meydana gelmiştir. Artan gelir ile satın alma gücü de artmıştır ve turizmin gelişmesine de katkıda bulunmuştur. Artan gelir ile insanların tüketim harcamalarındaki değişimler şu şekildedir. (Usta, 2009, s. 26)

- Aile harcamaları olarak geleneksel harcamalar da azalma gerçekleşebilir. Örneğin beslenme harcamalarında daha çok hazır tüketim yoluna gidilebilir.
- Giyim harcamalarında gelir artışı ile gelişmeler olmaktadır.
- Sağlık, seyahat, eğlence faaliyetleri gelir artışı ile artış göstermektedir. Böylece harcanabilir gelir artıkça turizme olan katkısı da artmaktadır.

İnsanların çalışmaları sonucu gelirleri artmakta ve turizmin tüketilmesi için belirli bir gelire sahip olmaları gerekmektedir. İş hayatlarında resmî tatil veya yıllık izinlerinde insanların ücretli tatil sayılması da boş zamanlarını dinlenme, eğlenmek için seyahat yaparak değerlendirmektedirler. Bu durum da turizme katkı sağlamaktadır.

1.5.5.Nüfus Faktörü

Dünyada nüfusun artması turizmi etkileyen ve gelişmesine sebep olan temel etmenlerden biridir. Bireylerin değişen demografik özellikleri, sanayi devriminin başlaması ile birlikte köyden kente göçlerin olması ve günümüzde kentlerde insanların çoğalması ve insanların boş zamanlarında sakinlik, dinlenmek için yerler aramaları turizmi büyük ölçüde etkilemiştir. Bunun yanı sıra bir kısım insanlar, insanlardan uzaklaşmak yerine kentlerin merkezlerine seyahat ederek anıtları, müzeleri ve kültürel kalıntıları (tarihi eserleri) görmek istemekte ve bu da kentler için bir çekim özelliği göstermektedir. Böylece kentlere yönelik bir turizm hareketi gerçekleşmektedir. (Özdemir, 1992, s. 34)

Zamanla sağlık sektörünün de gelişmesi ile azalan ölüm oranları yani ömürlerin uzamasında turizmi büyük ölçüde etkilemiştir.

1.6.Turizm Endüstrisi

Endüstri işletmelerin hammaddeleri işleyerek nihai bir ürün oluşturulması ve toplu üretime geçilmesidir. Kısaca aynı alanda faaliyet gösteren firmaların bütünü olarak da tanımlanabilir. Yukarıdaki tanıma bakılarak turizm bir endüstri olarak gözükmese de aslında o şekilde değildir. Endüstri tanımında da olduğu gibi somut bir ürünü üreten firmalar bütünü olarak tanımlansa da turizmin, ürünün soyut olmasından dolayı hizmet endüstrisi olarak görülmektedir. (Altınkaynak & Bilgiçli, 2016, s. 562)

Günümüzde firmalar düşünüldüğünde ilk akla gelen üretim firmaları yani somut olarak bir ürünü üreten ve pazarlayan firmalar akla gelmektedir. Bu kapsamda endüstri kavramı da firmaların somut bir ürünü üreten firmalar olarak bilinse de aslında sektörler arasında endüstri kavramı da değişmektedir. Özellikle turizm işletmelerinde üretilen ve pazarlanan ürünlerin bir çoğu soyuttur ve anlık olarak tüketilirler. Bu kapsamda turizm işletmeleri hizmet endüstrisi kapsamına girmektedir.

Turizm tek bir ürüne dayalı bir faaliyet yürütmemektedir. Turizmin birden fazla bağlantısı bulunan sektör bulunmaktadır. Seyahat organizasyonu, ulaştırma, konaklama gibi sektörler turizme bağlı olan sektörlerdir. Söyle diyebiliriz ki turizm birden fazla sektörün bir araya gelerek oluşturduğu merkezi bir endüstridir. Bu bağlı olduğu sektörler ile yakın bir ilişki içindedir ve hatta turizm yerine de kullanılmaktadır. Fakat turizm ile bu sektörler (konaklama, seyahat acenteleri, rekreasyon, ulaşım gibi) arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bunlar:

- Turizm seyahat ile ilişkilidir. Fakat her seyahat turizm amaçlı olmayabilir.
- Bir konaklamanın turizm olarak kabul edilebilmesi için 24 saati aşması ya da en az 1 gece konaklama tesisinde kalınması gerekmektedir. (Yeşiltaş, 2018, s. 5)
- Rekreasyon faaliyetleri seyahat ile ilgilidir. Fakat rekreasyon faaliyeti boş zamanda ya da seyahat ile yapılmayabilir.¹
- İnsanlar sadece turizm amaçlı ulaşım ihtiyacı duymazlar. Bu ta turizm ile ulaşım arasındaki farktır.

Turizm dışındaki birçok endüstri kolu daha çok ürün üreterek insan ihtiyaçlarını karşılama amacı gütmektedir. Turizmin ise ürettiği ürünün soyut ve hizmet odaklı olmasından dolayı ürünün satılmasından daha çok üretilen ürünün anında tüketilmesi olayıdır. Turistlere sunulacak olan ürünün gerçekleşebilmesi için yatırımların yapılması ve turizm de ürünlerin üretilmesi için diğer sektörlerde olduğu gibi üretim faktörlerinin (emek, sermaye, girişimcilik, doğal kaynaklar) bir araya gelmesi de turizmin bir endüstri olduğunun bir göstergesidir.

¹ Rekreasyon: Kısaca insanların hayatlarını daha dinamik olabilmek için uğraştığı ve kayıf aldığı bir takım aktivitelerdir.

1.6.1.Turizm Endüstrisinin Yapısı ve Bileşenleri

Turizm endüstrisi; bireylerin turizm faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için kurulmuş olan konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek ve tamamlayıcı diğer kurumların hizmetlerini kapsayan bir faaliyet bütününe denilmektedir. Turizm endüstrisinin yapısını incelememiz için ilk olarak bilmemiz gereken kavramlar bulunmaktadır. Bu kavramlarda turizm arzı ve turizm talebi kavramlarıdır. Daha sade bir anlatımla işletmeler turistlerin taleplerini dikkate alarak bu istekler doğrultusunda ürün ve hizmet arz eden birçok işletme bulunmaktadır. Bu durum doğrultusunda turizm faaliyetlerine katılma isteğinde bulunan ve bunun için ekonomik geliri bulunan insan topluluğuna turizm talebi olarak bahsedebiliriz. Bireylerin ekonomik şartlarına ve talep ettikleri mal ve hizmetler bütünü bireyler arasında farklılık göstermektedir. Taleplerdeki farklılıklar şu şekildedir.

- Turistlerin gelirlerinin, harcanabilir gelirlerinin miktarına bağlı olarak turizm taleplerinde değişiklikler meydana gelmektedir. Buna bağlı olarak talebin gelire bağlı olduğu ve bu bağlamda değişiklik gösterdiğini ifade edebiliriz.
- Turizm sektörü mevsimsel ve sezonluk bir yapıya sahip olmasından dolayı turistlerin talep ettikleri hizmetler değişiklik gösterir. Buna örnek olarak yaz turizmi ve kış turizmi örnek olarak verilebilir.
- Bireyleri turizme yönlendirilen olaylar de çok önemlidir. Bazıları tatil amaçlı gitseler de bazı insanlar ticaret amaçlı destinasyon değişikliği yapabilirler. Bu da turizm talebinin çok yönlü olduğunu göstermektedir.
- Turistlerin yapacakları seyahatler turizm olayının gerçekleşeceği gidilecek destinasyonun sunduğu imkanlar doğrultusunda değişiklik göstermektedir. İmkanların artması talebe esneklik getirmektedir.

Diğer bir kavram olan turizm arzı ise turizm işletmeleri aracılığı ile turistlerin taleplerini ve ihtiyaçlarını karşılama için mal ve hizmetlerin üretilmesi işlemine denilmektedir. Turizm arzının gerçekleşebilmesi için büyük yatırımların ve harcamaların gerçekleşmesi gerekmektedir. Turizm işletmelerinin ürettiği ürünlerin büyük çoğunluğu hizmettir ve soyuttur. Bu kapsamda emek yoğun bir üretim yapısı içermektedir ve ürünler üretildiği anda tüketilmektedir. Bu kapsamda turizm arzını etkileyen faktörler şu şekildedir.

- Doğal kaynaklar
- Ulaştırma
- Turizm arzının gerçekleşeceği destinasyonun sosyal ve kültürel yapısı
- Kurulacak olan işletmenin konforunun sağlanabilmesi için gerekli olan alt yapısı ve üst yapısı

Turizm endüstrisi birden fazla faaliyetlerin birleşmesi sonucunda gerçekleşmektedir. Turizm sektöründe bütün işletmeler birbirleri ile dolaylı olsa da bir bağlantı içindedir. Turizm

endüstrisinin bileşenleri turizm talebi ve arzının karşılandığı işletmelerdir. Turizm endüstrisinin bileşenlerini sıralarsak eğer:

- Konaklama İşletmeleri
- Seyahat İşletmeleri
- Yiyecek-İçecek İşletmeleri
- Ulaştırma İşletmeleri
- Diğer (Tamamlayıcı) İşletmeler

1.6.1.1.Konaklama İşletmeleri

İnsanların temel ihtiyaçlarından birisi de barınmadır. Bu kapsamda turizm amaçlı destinasyon değişikliği yapan turistlerin konaklamaya ihtiyaç duymaktadırlar. Turizm endüstrisinin temel bileşenlerinden biri olan konaklama işletmelerine yönelik talepler geçmişten günümüze büyük değişikliğe uğramıştır. Sanayi devrimi ile bireylerin gelirlerindeki artışla birlikte işletmelerden beklentileri ve talepleri de artmıştır. Ekonomik gelişmeler sonucunda turizm hareketlerinde değişikliklere neden olmuştur bunlar bireysel turizm, kitlesel turizmdir. (Koçak, 2018, s. 75)Bireysel turizm genel olarak ekonomik gelirin yüksek olduğu, bireysel planlar doğrultusunda yapılan turizm hareketi olarak görülmektedir. Kitlesel turizm ise daha çok orta gelire hitap eden ve genellikle turlara katılarak yapılan destinasyon farklılıklarıdır. Turizm hareketlerindeki farklılaşma ile birlikte artan talep işletmelerin arzlarında çeşitlendirmelere neden olmuştur. Konaklama işletmeleri de otel, apart oteli, kamping, pansiyon ve tatil köyleri gibi çeşitli işletmeler vardır. Bu çeşitlenmede talepler doğrultusunda işletmelerin ürettiği hizmetlerin çeşitliliğidir.

Konaklama işletmeleri, turistlerin memnuniyeti için gecelerini geçirmeleri yanı sıra yiyecek içecek, eğlence gibi hizmetleri de üretmektedir. Turizm işletmelerinde birinci derecede önemliliğe sahip olan, turistik mal ve hizmet üreten ve turizm olaylarına bağlı olarak değişiklik gösteren konaklama işletmelerini diğer işletmelerden ayıran özellikler vardır. Bu özellikler şunlardır (Usta, 2009, s. 42):

- Konaklama işletmeleri devamlılıklarını ve sürdürülebilirliğini koruyabilmesi için yeni fikirler ve çalışma yöntemlerinin tüketici davranışlarına göre değişikliğe uğraması gerekmektedir. Çünkü bu tarz hizmet üreten işletmelerinin sabit kalması değişikliğin olamaması çekiciliğini ve değerinin düşmesine neden olmaktadır.
- Konaklama işletmelerinde üretilen mal ve hizmetlerde sabitliğe yani standartlaşmaya gidilmesi oldukça zordur. O dönemin yapısına ve oluşan talepler doğrultusunda sürekli olarak kendini yenilemesi gerekmektedir.
- Konaklama işletmeleri diğer işletmelere göre en fazla emeğe dayalı işletmelerden birisidir. Hizmet üreten işletmelerden biri olan ulaşım işletmesi işgücünden ziyade

teknolojiyi kullanmaktadır. Bu kapsamda konaklama işletmelerindeki hizmet üretimi insana dayanmaktadır.

- Hizmet üretimi tamamen insanın iş gücüne bağlı olmasından dolayı çalışanlar sürekli olarak birbirleri ile bağlantı halindedir. Bir çalışanın hatası tüm iyi olan hizmetleri ortadan kaldırabilir.

Konaklama işletmelerinde finansal yönetimleri kapsamında nakit konusuna bakıldığında firmaların nakit yönetimleri mevsimsel etkiler göz önüne alınarak yapılması ve bu kapsamda dönemsel değişikliğe bağlıdır. Konaklama işletmeleri hizmet üretebilmesi için en çok ihtiyaç duyulan işgücüdür. Bu da iş hacminin yoğun olduğu dönemlerde işçilik giderlerinin atmasına, düşük iş hacimlerinin olduğu dönemde yani sezon dışı kalan dönemlerde bu giderin miktarında azalma gözlemlenmektedir. Bunun nedeni de sezon dışı dönemde daha az sayıda ve sabit personel çalıştırılmasından kaynaklanmaktadır.

1.6.1.2.Seyahat İşletmeleri

Seyahat işletmeleri turizm sektöründe büyük bir öneme sahiptir. Kısaca seyahat işletmeleri, bireylerin veya toplulukları istekleri doğrultusunda ve sunulan imkanlar çerçevesinde destinasyon değiştirmelerine yardımcı olan kurumlardır. Bu kapsamda seyahat işletmeleri iki başlık altında incelenmektedir.

1. Tur Operatörleri: Bireylerin turizm ihtiyaçlarını karşılamaları için toplu paketler halinde hizmetleri sunan işletmelerdir. Turizm endüstrisinin bileşenleri olan konaklama, yiyecek-icecek, ulaşım gibi birçok hizmeti bir araya getirerek sunulması ve pazarlanmasını sağlayan işletmelerdir.

Tur operatörleri birçok turizm işletmeleri ile anlaşarak bir araya getirilmesi ve bu kapsamda pazarlanmasının yapılmasıdır. Bu kuruluşun avantajlı olmasının nedeni ise tüketiciler yani turistler aynı hizmetleri ayrı ayrı aldıklarında ödemeleri gereken fiyat, toplu paket tura ödenen fiyattan daha pahalıya gelecektir. Bu da tüketiciler tarafından daha cazip olmasına neden olmaktadır.

Tur operatörleri turizm sektöründe en fazla turistler tarafından tercih edilen bir işletme türüdür. Bu kapsamda tur operatörlerinin beklentileri de şunlardır. (Albustanlıoğlu, 2009, s. 11-12)

- Yüksek satış hacmi
- Yüksek kar
- Üreticinin güvenilir olması
- Düşük risk

2. Seyahat Acenteleri: Seyahat acenteleri, diğer turizm işletmeleri ile tüketiciler arasında ilişki kurmalarını kolaylaştıran işletme türüdür. Tur operatörlerinden ayıran özelliği ise

perakendecilik esastır. Turizm ürünlerini bir paket halinde değil de tek tek karşılanmasını hedeflemektedir. Yani tüketiciler seyahat etmeleri konularında danışmanlık yapmaktadır. Örneğin uçak, tren bileti kesmek veya konaklama işletmeleri adına oda satmak gibi.

Seyahat acentelerinin beklentileri ise şunlardır. (Albustanlıoğlu, 2009, s. 12)

- Yüksek satış hacmi
- Yüksek kar
- İyi bir imaj
- Güvenirlilik
- Ürün farklılığı

1.6.1.3.Ulaştırma İşletmeleri

Geçmişten günümüze bireylerin bir yerden başka bir konuma gidebilmeleri için belirli bir ulaştırma sistemini benimsemeleri gerekmektedir. Ulaşım işletmeleri, araç satın alarak belirli güzergâh ve saatler doğrultusunda tüketicilerin istedikleri destinasyonlara güvenilir bir şekilde götüren işletmelerdir. Ulaştırma işletmeleri ülke ekonomisine ve refah düzeyini de en fazla etkilemektedir. İstihdam yönünden de oldukça büyük bir öneme sahiptir.

Turizm ile birbirlerini tamamlayıcı özelliğe sahiptir. Turistleri istedikleri destinasyona ulaştırmasından dolayı turizm ile yakın bir bağ içerisindedir.

Ulaştırma işletmeleri kendi arasında 4 çeşide ayrılmaktadır. Bunlar:

- Kara yolu (otobüs seferleri)
- Deniz yolu (gemi, vapur gibi)
- Hava yolu (uçak seferleri)
- Demir yolu (tren seferleri)

En çok tercih edilen ve dünya genelinde sıkça kullanılan ulaşım çeşidi kara yolu ile gerçekleşmektedir. Turizm kapsamında turistlerin destinasyon değişikliğinde sıkça kullanılan ulaşım çeşidi de kara yolu tercih edilmektedir.

1.6.1.4.Yiyecek-İçecek İşletmeleri

İnsanların temel ihtiyacı olan yemek yeme ihtiyacı buldukları konum ne olursa olsun önemlidir. Yiyecek içecek işletmeleri, insanların kendi buldukları konumun dışındaki farklı destinasyonlara seyahat ettiklerinde yeme ve içme ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile mal ve hizmet üreten işletmeleridir. (Olalı & Korzay, 1989, s. 7)Yiyecek- içecek işletmeleri; lokantalar, kafeteryalar, eğlence yerleri ve belediyeye bağlı kurumlar olarak örnek verilebilir.

Yiyecek- içecek işletmeleri amaçları bakımından da farklılık gösterebilir. Bunlar: (Koçak, 2018, s. 81-82)

1. Birincisi işletmenin kar amaçlı olup olmamasına göre:
 - Kar amaçlı yani ticari bir amaç doğrultusunda çalışan işletmeler
 - Kar amacı gütmeyen işletmeler. Bunlarda sübvans² edilen işletmeler
2. İkincisi ise hizmet verilen pazara göre:
 - Belirli bir Pazar çerçevesine (okul, hastane gibi) hizmet veren işletmeler
 - Genel pazara (oteller, lokanta, kafeteryalar gibi) hizmet veren işletmeler
3. Üçüncüsü de yiyecek-içecek hizmetlerinin faaliyetlerin birincil ve ikincil faaliyetle ilgili olmasına göre:
 - Kar amaçlı işletmeler, restoranlar gibi (birincil faaliyet alanı)
 - Ulaşım esnasında verilen yiyecek-içecek veya hastanelerde verilen yiyecek içecek hizmetleri gibi (ikincil faaliyet alanı)

1.6.1.5. Diğer İşletmeler:

Bu işletmeler ise turizm ile bağlantılı fakat birbirlerini bundan önceki tanımlanan işletmeler kadar etkilememektedir. Genel olarak turizm endüstrisini destekleyen ve tamamlanmasına yardımcı olan işletmelerdir. Bunlar:

1. Alışveriş İşletmeleri: Seyahat halinde olan insanlar buldukları destinasyonlarda ihtiyaç duydukları ürünleri satın almalarını sağlamaktadır. Örnek olarak ise turistlerin hatıra amaçlı veya hediyelik olarak buldukları yerden eşya satın almalarıdır.
2. Eğlence İşletmeleri: Turistlerin müzik dinlemek veya dans ettikleri; disko, bar, eğlence kulübü gibi eğlence mekânlarıdır.
3. Oyun Salonları: Konukların çeşitli şans oyunlarının oynadığı veya farklı özelliklerdeki oyun makinelerinin bulunduğu işletmelerdir.

1.7. Dünyada ve Türkiye’de Turizm

Turizm kavramı insanların ve ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre evrimleşen bir kavram ve sektördür. İnsanların beslenme ve barınma gibi temel yaşamsal ihtiyaçlarından ortaya çıkan bir kavram değildir. Bireylerin ve toplumun bu kapsamda ülkelerin yaşam standartlarındaki iyileşmeler sonucunda değişim gösteren bir yapıdır. Gelişmişlik düzeyindeki artışlar sonucunda turizme dayalı seyahatlerde zamanla artmaya ve turizm sektörleri de istekler ve talepler doğrultusunda çeşitlenmeye başlamıştır. Bununla birlikte bu hareketlilik ülkelerin ekonomik, kültürel ve siyasi gibi birçok organını etkilemektedir. Özellikle ülkelere dış turistlerin gelmesi ile döviz girişi gerçekleşmektedir ve ülke ekonomisini besleyen temel sektör haline gelmiştir.

² Sübvans: belirli kurum ve kişileri desteklemek veya kalkındırmak amacı ile o yerlerde gönüllü olarak çalışma anlamına gelmektedir.

1.7.1.Küresel Turizmin Gelişimi

Küreselleşme ile her şeyde olduğu gibi turizm de büyük ölçüde gelişmiş ve farklı boyutlara gelmiştir. Küresel olarak turizmin gelişimini ele aldığımızda insanların ilk çağdan itibaren sürekli olarak bir seyahat ettikleri görülmektedir. Bunun sebebi de o dönemde insanların temel yaşam faaliyetlerini devam ettirebilecekleri bir konum arayışında olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu bakımdan M.Ö. 4000'lerde Sümerlerin sabit bir yaşam standardı oluşturma dönemleri büyük önem taşımaktadır. Bununla birlikte tekerleğin, paranın, yazının ve ticaretin keşfedilmesi turizme ilk ve önemli katkıda bulunmuştur (Akoğlan Kozan, Evren, & Çakır, 2013, s. 12). Bulunan bu buluşlar özellikle yerleşik bir toplumun oluşması turizmin temelini oluşturmakla birlikte insanların bir yerden başa bir yere gitmesi ve yaşadıkları bölgelere geri dönme eğilimlerini başlatmıştır. Gerçekleşen seyahatler sonucunda insanların mal ve can güvenliklerinin sağlanması gerektiği yeni bir ihtiyaç ortaya çıkmıştır. Bu da insanların gittikleri yerde ve seyahat esnasında güvenliklerinin sağlanması büyük önem arz etmektedir (Eralp, 1983, s. 1-2).

Sümerlilerden sonra turizme katkıda bulunan diğer bir uygarlık ise Eski Mısır döneminde gerçekleşmiştir. M.Ö. 2500'lü yılları civarında inşasının başladığı varsayılan Mısır Piramitleri turizm kavramına farklı bir boyut kazandırmıştır. Bu kapsamda piramitlerin kutsal ve tapınak niteliğinde olması insanların o bölgeye seyahat etmelerini sağlamıştır. Bu kapsamda dini seyahatler gerçekleşmektedir. Ayrıca mısırlıların deniz yolu ile ticari serflerde düzenlemedikleri ve bunun yanı sıra eğlenmek amaçlıda seyahat etmişlerdir (Akoğlan Kozan, Evren, & Çakır, 2013, s. 12). Gemicilik yönünden gelişmiş bir topluluktur. O dönemlerde insanların ayrıştırıldığı sınıflandırıldığı sistemden kaynaklı olarak üst sınıf insanların seyahat imkanlarına sahiptirler.

Turizme diğer önemli bir boyut kazandırılan dönem ise M.Ö. 776 yılında Antik Yunan Uygarlığında Olimpiyat Oyunları'nın düzenlenmesi ile gerçekleşmiştir (Şentürk & Özdilek, 2007, s. 218). İnsanlar olimpiyatlara katılmak ve izlemek amacı ile seyahat etmektedirler. Bu kapsamda bu dönemde insanların spor ve turizmin birleştirdiği bir dönemdir. Çünkü Antik Yunan öncesinde gerçekleşen seyahatlerin büyük çoğunluğu ticaret amaçlı gerçekleştirildiklerinden dolayı turizm kapsamına çok fazla girmemektedir. Sadece olimpiyat değil ticari ve dini seyahatler bu dönemde de gerçekleşmeye devam etmektedir. Fakat olimpiyatlarla birlikte insanların buldukları yerlerden olimpiyatlara gelmeleri sonucunda konaklama ihtiyacını birlikte getirmiştir. Genelleme yapmak gerekirse eski çağ döneminde yapılan seyahatlerin amacı boş zamanların değerlendirilmesinden ziyade daha çok dini, ticari ve askeri amaçlı yapılmıştır.

Daha sonrasında insanların sınıflandırılması ve hiyerarşik bir düzenden kaynaklı olarak üst kesim insanların gelirlerini harcama istekleri daha fazla oluşmaya başlamıştır. Özellikle Roma İmparatorluğu döneminde üste kesimin tamamen köle sınıfını çalıştırmaları sonucunda gelir elde etmeleri ve bundan kaynaklı olarak boş zamanlarının olması seyahatleri daha fazla

artmasına neden olmuştur. Roma İmparatorluğu döneminde seyahatlerin amacı daha farklı bir boyuta gelmiştir. Üst kesim insanlar üretim aşamasında faaliyetlere katılmayarak köleleri çalıştırarak gelir elde etmelerinden kaynaklı olarak boş zamanlarının oluşması ve buna bağlı olarak da gelirlerindeki artış seyahatlerle birlikte turizm olgusunun da oluşumuna büyük ölçüde katkıda bulunmuştur (Toskay, 1983, s. 79). Bu dönemlerde gittikçe gelişen imparatorluklarla birlikte turizmin en önemli faktörlerinden biri olan ulaşım da gün geçtikçe gelişmeye başlamış ve insanların seyahatleri ticari, dini, gezginlik veya keşif amaçlı gerçekleşmektedir. Bu seyahatler sırasında insanların dinlenmeleri ve günlerce seyahat edeceklerinden dolayı atlarını dinlendirmek ya da değiştirmek amacı ile hanlar kurulmuştur (Eralp, 1983, s. 3). Daha sonrasında Roma İmparatorluğunun yıkılması ile birlikte her konuda olduğu gibi turizm alanında da gerilemeler meydana gelmiştir.

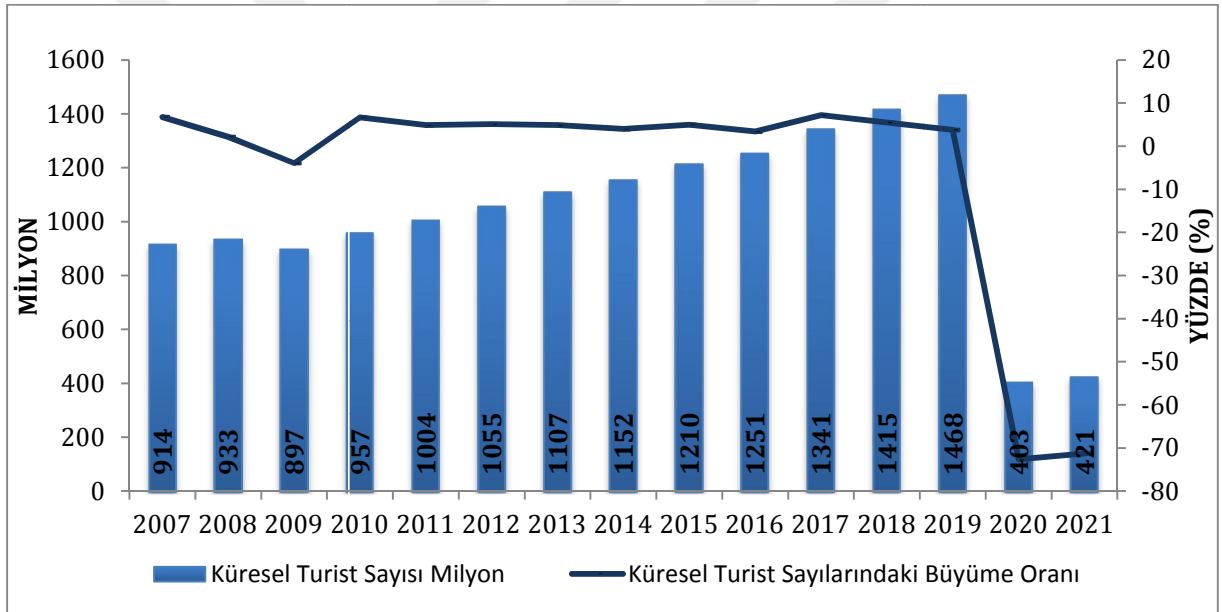
Yaşanan değişimler ve gelişmeler ile 18. ve 19. yüzyıllarda gerçekleşen sanayi devrimi ile eski çağ ve orta çağda görülen sınıflandırma olgusunda kırılmalara neden olmuştur. Sanayileşme ile tarım topluluğundan çıkılarak sanayi topluluğuna geçilmesi ile sosyal anlamda bir değişim meydana gelmiştir. Bu devrim ile buharlı makinelerin icadı ile sanayi topluluğuna geçiş süresi başlamış ve bununla birlikte insanların kırsallıktan kentsel bir yaşam standardı benimsemesine ve göçlerin meydana gelmesini beraberinde getirmiştir (İşevi & Çelme, 2002, s. 2-3). Orta kesim insanların da kente göç ederek gelir elde etmeleri ile kendi ülke içerisinde ve yakın çevrelerine seyahat etmeleri ile birlikte zenginlerin yani üst kesim insanların kendilerinin zenginlik göstergesi ve ayrı olduklarını belli etmek amacı ile ülke dışına seyahat etmeleri sonucunda turist kavramı ortaya çıkmıştır. Ülke dışına seyahatlerin gerçekleşmesindeki özel etkende, aydınlanma çağı ile sanat, bilim, kültürel, eğitim amacı ile seyahat ediyor olmalarıdır (Roney, 2011, s. 16). Sanayileşme yani makineleşmenin katkıda bulunduğu en büyük sektör ulaşım"dır. Buharlı trenlerin icat edilmesi sonucu demir yolu ulaşımının gelişimi ile birlikte seyahat sürelerindeki kısaltmalar, daha güvenilir, rahat ve ucuz seyahatler yapılmasına neden olmuştur. Bu kapsamda turizm alanında da kolaylıklar meydana gelmiştir. Buharlı gemi ile birlikte deniz yolu ile farklı yerlere seyahatler gerçekleşmeye başlamıştır. Kısaca ulaşım alanında gerçekleşen gelişmeler turizm algısını ve hareketlerini arttırmıştır.

Günümüzdeki turizm endüstrisinin temeli arasında yer alan acente kavramı da bu dönemlerde ortaya çıkmıştır. Thomas Cook'un 1841 yılında İngiltere'nin Leinster kentinden 20 kilometre uzaklıktaki Loughbrough kentinde düzenlenecek bir dini festivale 570 kişilik bir topluluğu tren ile götürme girişiminde bulunması onun paket turu bulan kişi yapmıştır (Kozak, Kozak, & Kozak, 2011, s. 29-30).

20. yy'ın başlarına doğru benimsenen sömürgecilik anlayışı son bulmaya başlamış ve orta kesim insanların demokrasi arayışı başlamıştır. Bu da sanayileşmeden modernleşme dönemine geçişi göstermektedir. Bu hak arama sonucunda insan hakları, çalışma sonucunda hak kazanılan izinler (hastalık izinleri, ücretli veya ücretsiz izinler gibi) ve sosyal güvenlik

kavramları önem kazanmıştır (Eralp, 1974, s. 274-275). Gerçekleşen bu olaylar seyahatleri etkilemiştir. 20. Yüzyılda turizm kavramı olumsuz etkilenmiş ve çok fazla bir gelişme sergileyememiştir. Bundaki neden ise yaşanan dünya savaşları toplumları ve ülkeleri hem ekonomik hem de sosyal açıdan kötü etkilemiş ve turizm kavramı duraklama yaşamıştır.

Geçmişten günümüze bakıldığında kara yollarının artması otomobilin icat edilmesi, hava yolunda gerçekleşen gelişmeler ile birlikte daha uygun, hızlı ve konforlu seyahatler düzenlemeye başlamıştır. Bu gerçekleşen teknolojik gelişmeler ile birlikte ve savaş ve karışık dönemlerin bitmesi ile birlikte turizm kavramı gelişmeye ve büyümeye başlamıştır. Gerçekleşen gelişmeler ve yenilikler birlikte turizm denildiğinde ilk akla gelen güneş kum deniz üçlüsü yerine daha farklı turizm türlerinin ortaya çıkmasına ve çeşitlenmeye başlamıştır. Zaman geçtikçe de gelişmeye ve yenilenmeye devam eden sektörlerden biri haline gelmiştir.



Grafik 1.1. Küresel Turist Sayısı

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (<https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>)

Dünya Turizm Örgütü'nün 2007 yılı ve 2021 yılları arasında açıklamış olduğu küresel turist sayıları yukarıdaki grafikte hem yüzdesel oran hem de kişi sayıları olarak verilmiştir. 2009 yılına kadar turist sayılarında gerçekleşen büyüme 2008'in son aylarında başlayıp 2009 yılını da etkileyen küresel finansal kriz ile bir önceki yıla göre %-3,9 oranında küçülme gerçekleşmiştir. Grafikte de görüldüğü üzere yaklaşık olarak 36 milyon turist sayısında azalma görülmektedir. Bu süreç içerisinde krizin etkilerinin azalması ile birlikte turist

sayılarında arma eğilimi tekrar başlamıştır. Verilen oranlara göre 2019 yılından bir önceki yıla göre %3,8 oranında bir büyüme ile 2007 yılından itibaren en yüksek turist sayısının görüldüğü yıl olmuştur ve 1468 milyon turist sayısına ulaşmıştır. 2019 yılının mart ayından itibaren tüm dünyayı etkisi altına alan Covid 19 salgınından sonra küresel olarak turist sayılarında büyük derecede bir azalma gözlemlenmektedir. 2020 yılının bir önceki yıla göre %-72,6 oranında azalma ile küresel olarak turist sayısı 403 milyona düşmüştür. Küresel salgının etkileri 2019 yılından itibaren 2021 yılına kadar devam etmiştir. Salgından dolayı kapanmaların gerçekleşmesi ve özellikle turizm sektöründe durmaya neden olmuştur.

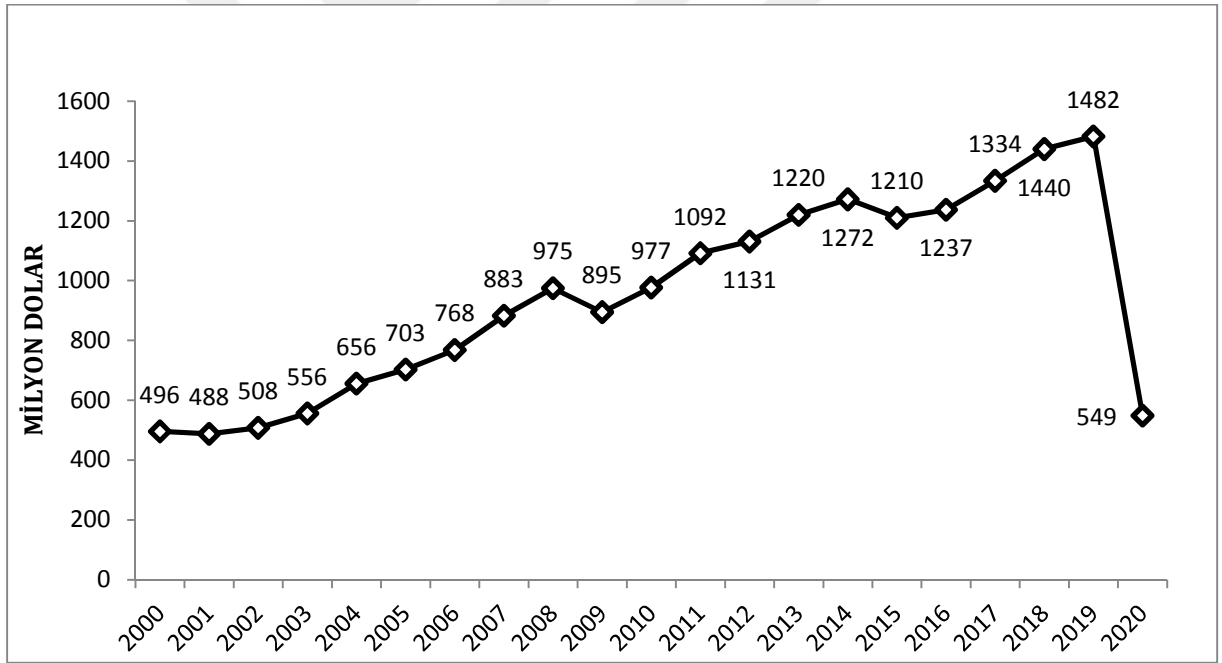
Tablo 1.1. Küresel ve Bölgesel Turist Sayılarında Büyüme

Bölge	Değişim (%)										On Yıllık Ortalama	Donem Değişimi
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019		
Dünya	6,7	4,9	4,7	4,7	4,4	5	3,4	7,2	5,6	3,8	5,04	-72,6
Amerika	7,6	3,7	4,1	4,2	7,6	5,7	3,7	4,7	2,4	1,5	4,52	-68,1
Avrupa	2,9	6,8	3,9	4,6	1,9	5,3	1,5	8,9	5,8	4,2	4,58	-68,5
Asya Ve Pasifik	13,3	6,6	7,3	6,8	6,1	5,6	7,7	6	6,7	4	7,01	-83,5
Orta Doğu	14,6	-9,8	2,6	-1,6	15,6	4,1	-3,2	4,4	5,2	6,8	3,87	-73
Afrika	9,3	-0,6	4,6	4,4	1,5	-2,3	8,1	8,4	7,9	2	4,33	-74,3

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (<https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>)

Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre turist büyüme oranları bölgesel olarak yukarıdaki tabloda verilmiştir. On yıllık ortalama büyüme olarak %7,01 oranı ile Asya ve Pasifik

bölgesinde diğer bölgelere göre büyük derecede bir gelişme gösterdiği görülmektedir. Asya ve Pasifik bölgesinde 2019 yılındaki %4'lük büyüme ile turist sayısının 360 milyon olduğu belirtilmiştir. Ortalama olarak en düşük bölge ise Orta Doğu bölgesidir ve %3,87 oranındaki gelişme göstermiştir. Orta Doğu bölgesindeki en yüksek büyüme 2014 yılın %15,6 ile 59 milyon turist ağırlamıştır. Bu turist sayısı 2019 yılında ise bir önceki yıla göre %6,8 büyüme ile 70 milyona ulaşmıştır. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre diğer bölgelerde 2019 yılının bir önceki yıla göre büyümeleri Amerika bölgesinin %1,5'lik büyüme ile 219 milyon turist, Avrupa bölgesinin %4,2 oranında büyüme ile 746 milyon turist ve Afrika bölgesinin ise %2 büyüme oranı ile 70 milyon turist ağırladığı belirtilmiştir. 2019 yılında küresel turist sayısının yaklaşık yarının Avrupa bölgesini tercih ettiği görülmektedir. 2020 yılında küresel ve bölgesel olarak bakıldığında büyüme oranlarında azalma gözlemlenmektedir. Bu da küresel salgın nedeni ile insanların önceliklerinin seyahatten çok sağlık alanında önem kazanmasından kaynaklanmaktadır. Salgının kontrol altına alınması ile turizm alanında tekrardan büyüme ve ilerlemesi beklenmektedir.



Grafik 1.2. Küresel Turizm Gelirleri

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (<https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>)

Yukarıda verilen grafikte uluslararası turizm gelirleri verilmiştir. Küresel turist sayıları ile yaklaşık doğru orantılı bir grafik oluşmaktadır. Küresel turist sayılarının gösterildiği grafikte açıklandığı üzere 2009 yılında gerçekleşen küresel finansal kriz nedeni ile turist sayılarında

olduğu gibi gelirlerde de azalma gözlemlenmektedir. 2009 yılından 2019 yılına kadar geçen süre içerisinde gelirlerde artış gözlemlenmektedir. 2020 yılındaki azalma daha önceden de bahsedildiği üzere gerçekleşen salgın hastalığın nedeni ile insanların önceliklerinin farklı alana yönelmesinden kaynaklanmaktadır. Salgın öncesi küresel olarak turizm gelirin e bakıldığında 2019 yılında gerçekleşen 1482 milyon dolarlık gelir turizmin, bölgesel ve ülkesel olarak oldukça önemli bir rol oynadığına anlamak mümkündür. UNWTO'nun verilerine göre 2021 yılına ait turizm gelirlerine dair bilgi paylaşımı gerçekleşmemiştir. Küresel olarak gerçekleşen salgın nedeni ile dünya genelinde en çok etkilenen ve durağanlık yaşıyan sektör turizm olmuştur.

Dünya Turizm Örgütü'nün yayınlamış olduğu verilere de bakıldığında turizm kavramı yaşanılacak gelişmeler ile büyüme gösteren, yaşanan olumsuz olaylar ile birlikte küçülmelerin gözüktüğü bir yapıya sahiptir. Bu kapsamda turizmin dış etkenlerden etkilenerek şekillendiğini söylemek mümkündür.

1.7.2.Türkiye'de Turizmin Gelişimi

Turizmin amacına bakıldığında insanların bir konumdan başka bir konuma seyahat etmeleri ile gerçekleşmektedir. Bu tanım çerçevesinde bakıldığında dönemsel olarak seyahat nedenlerinde değişmeler olsa da asıl eylem aynıdır. Bu doğrultu da turizmin Türkiye kapsamında incelediğimizde küresel gelişmeler ile aynı doğrultuda ilerlediğini söyleyebiliriz. Türkiye'nin coğrafi konumundan ve tarihinin uzun dönemleri kapsamından dolayı birçok sektörde olduğu gibi turizm yönünden de büyük gelişim ve değişime uğramıştır. Bu kapsamdan dolayı kültürel, sanat ve ticari birçok alanda büyük zenginliklere sahiptir. Bu da turizm açısından önemli bir konumda olduğunu göstermektedir. Ancak Türkiye'de turizm kavramının tam anlamı ile gerçekleşerek dinamik yapıya ulaşması 1980'li yıllarda gerçekleşmeye başlamış ve turizm alanında sürekli bir büyüme gerçekleşmişti (Çımat & Bahar, 2003, s. 6).

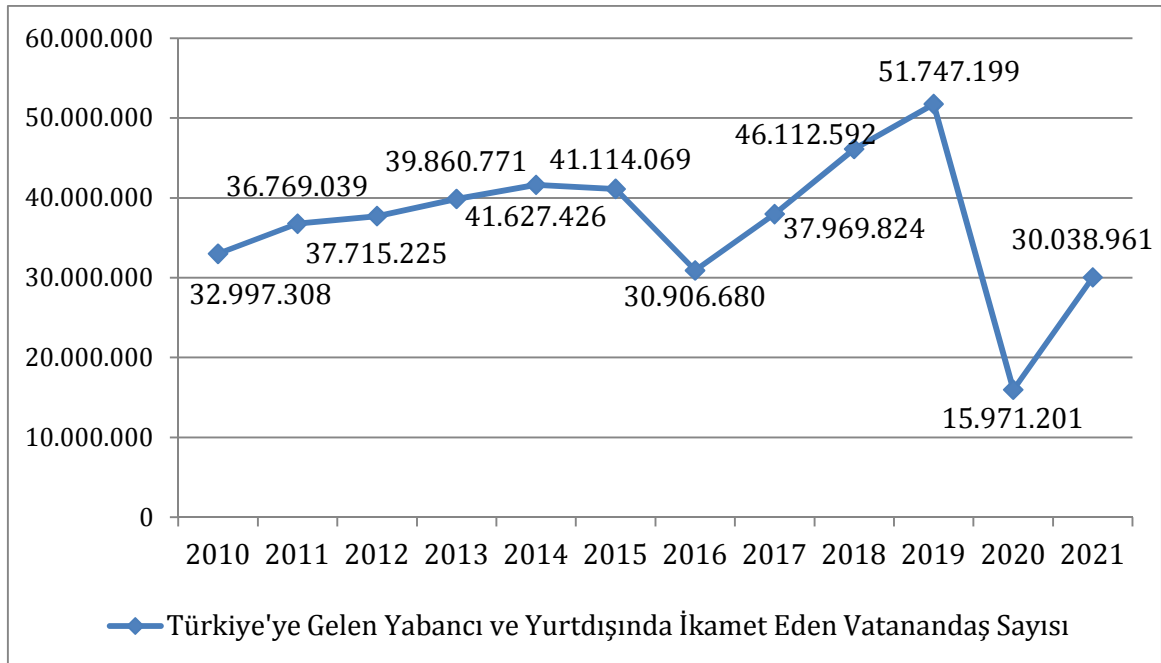
Geçmişten günümüze bakıldığında Türkiye'nin coğrafi konumuna ve ev sahipliği yaptığı medeniyetlerin fazla olmasından dolayı turizmin tarihsel gelişimi açısından etkili kaynaklar bulunmaktadır. Özellikle birçok ticari yolların bulunması büyük bir etmen olmuştur. Turizm yollarının bulunması ve bu yollara inşa edilen kervansarayların büyük bir önemi vardır. Birçok insanın özellikle de tüccarların şıkça uğradığı noktalardır. Daha sonraki dönemlere bakıldığında birçok alanda yapılan gelişmelerle birlikte turizm açısından da büyük adımlar atılmıştır. Yapılan kervansarayların yanı sıra yollar, köprüler ve ticari amaçla yapılan hanlar inşa edilmiştir. Özellikle Osmanlı döneminde en çok turizm açısından hareketlilik çoğunlukla inanç turizmi olmuştur.

Osmanlı döneminden sonra gerçekleşen 1. Dünya Savaşı ve 2. Dünya Savaşı döneminde küresel olarak turizm kavramı duraklamaya girmiştir. Savaşın bitmesi ile birlikte 1923

yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti ile turizm kavramı gündeme gelmeye başlamıştır. Cumhuriyet dönemi ile turizm kavramı daha fazla gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde gelişmelerdeki en önemli etmen seyahat güvenliğinin kazanılması olmuştur. Bununla birlikte Türkiye turizm kapsamında dünyada kendinden söz ettirmeye başlamıştır. İlk olarak 1934 yılında İktisat Bakanlığı adı altında resmi olarak bir turizm ofisi açılmıştır ve daha sonrasında 1963 yılında ayrı bir bakanlık olarak Turizm Bakanlığı kurulmuştur (Duman & Kozak, 2013, s. 110).

Turizmin faal olarak kendinden söz ettirmesi yani dinamik bir yapıya ulaşması yaklaşık son birkaç 10 yıl içerisinde olmuştur. 1980'li yıllara kadar turizm konusunda Türkiye hak ettiği değeri görmemiştir. Buna sebep olarak ise o dönemlerde ülkeye yapılacak özellikle yabancı yatırımlara karşı olumlu bir yaklaşım sergilenmemesinden kaynaklanmaktadır. Buna bağlı olarak gerçekleşmeyen yatırımlardan anlatılmak istenen yol, konaklama ve yiyecek içecek gibi birçok gereksinimin karşılanmaması turistler açısından tercih edilmeyen bir destinasyon olmuştur. Daha sonrasında gerçekleşen ve benimsenen politikalar ile turizm sektöründe canlanmalar başlamıştır (Duman & Kozak, 2013, s. 110).

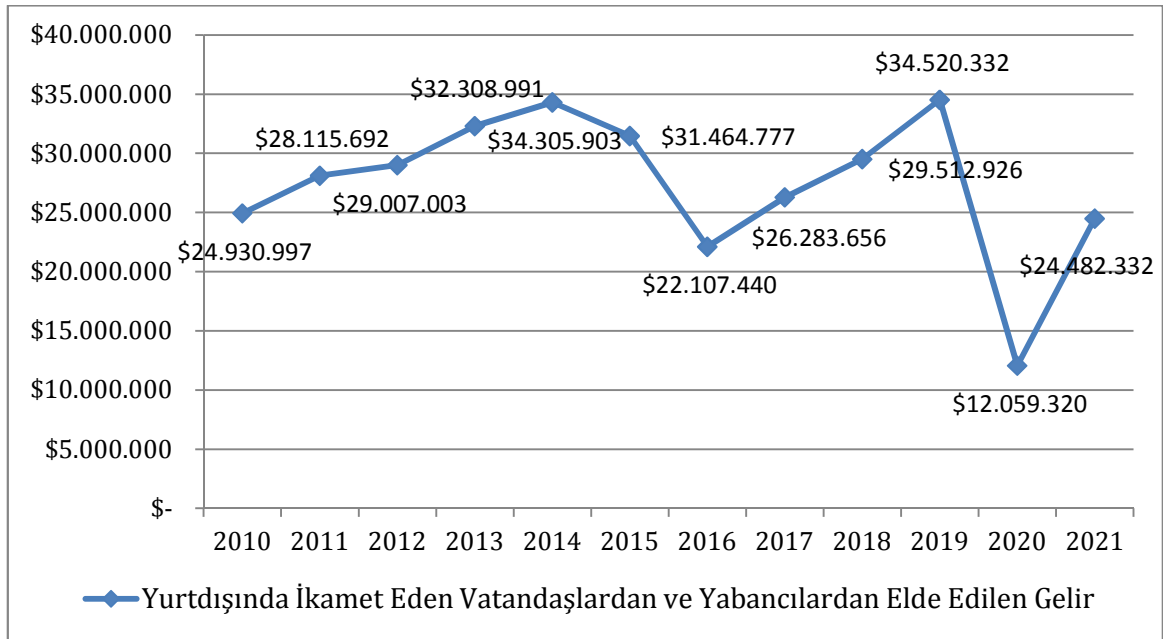
Türkiye'nin turizm kapsamında gelen turist sayıları ve buna bağlı olarak gerçekleşen gelirler ve giderler son 12 yıllık olarak aşağıda grafiklerde verilmiştir. Gelen ziyaretçilerin yani turistlerin geldikleri destinasyonların ilk 10 sırasında bulunana ülkeler grafik olarak verilmiştir.



Grafik 1.3. Türkiye'ye Gelen Ziyaretçi Sayısı (2010-2021)

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan sınır istatistikleri kapsamında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin sayısı yukarıdaki grafikte gösterilmektedir. Gelen ziyaretçi sayılarında 2010 yılından itibaren bakıldığında istikrarlı bir şekilde artış gösteren turizm sayıları 2016 yılında ciddi bir düşüş gözlemlenmektedir. 2016 yılında gerçekleşen iç karışıklardan dolayı turistler tarafından güvenilirliğinde azalmalar yaşanmasından kaynaklı olarak sayılarda da azalma gözlemlenmiştir. Daha sonrasında tekrardan eski trendine dönmüştür. Küresel verilerde de görüldüğü gibi 2020 yılındaki ciddi derecedeki düşüş gerçekleşen küresel salgından kaynaklanmaktadır. 2019 ve 2020 yıllarındaki düşüş, küresel salgının azalması ile turizm sektörünün açılması sonucunda 2021 yılında artış gözlemlenmektedir. 2022 yılında eski seviyelere yükselmesi beklenmektedir.

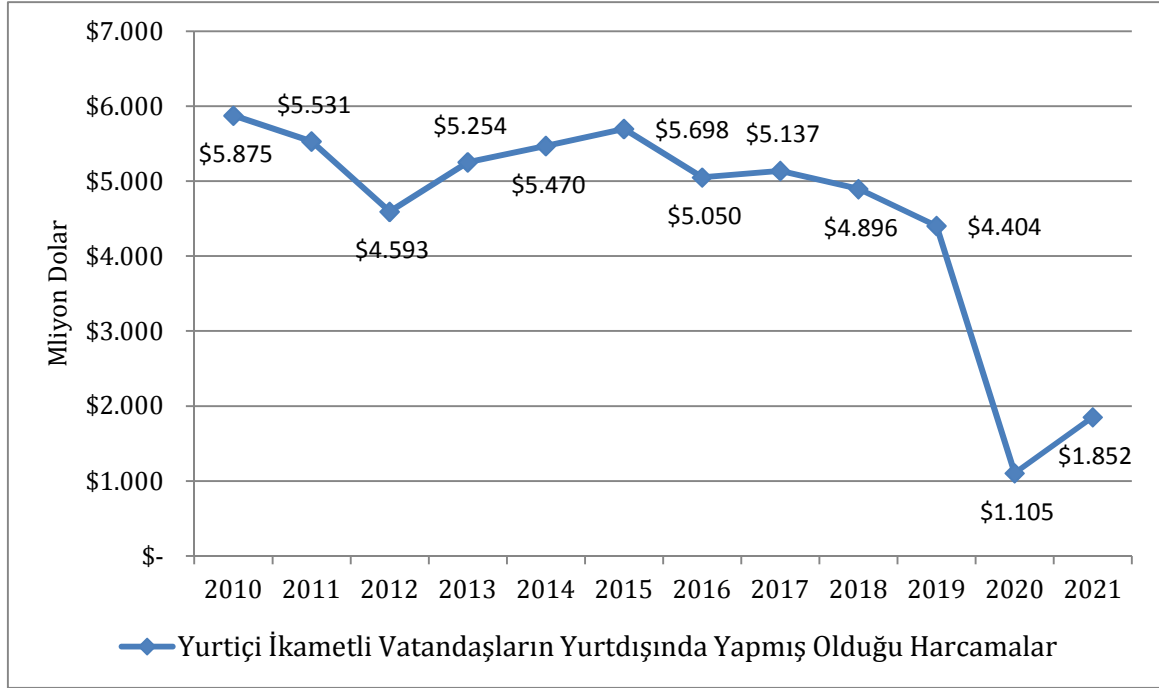


Grafik 1.4. Türkiye'nin Turizm Geliri (1000 \$)

Kaynak: TÜİK (<http://www.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralik-veYillik,-2021-45785>)

Açıklanan veriler doğrultusunda Türkiye'ye gelen turist sayıları ile yaklaşık olarak benzer dalgalanma gözlemleyen turizm gelirleri de yıllar arasında belirli sebep ve etmenlerden dolayı yükseliş ve düşüşler yaşamıştır. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu turizm gelirleri verileri yukarıdaki grafikte verilmiştir. Bu grafiğin incelenebilmesi ve daha iyi anlaşılabilmesi için ülkemizde dövizin dalgalı olması ve birçok etmeden etkilenerek düşüş ve artış eğiliminde olduğu göz önüne alınarak incelenmesi gerekmektedir. Çünkü Türkiye'ye gelen turizm gelirlerinin büyük bir çoğunluğu döviz ile gerçekleşmektedir. Yani Türkiye'ye

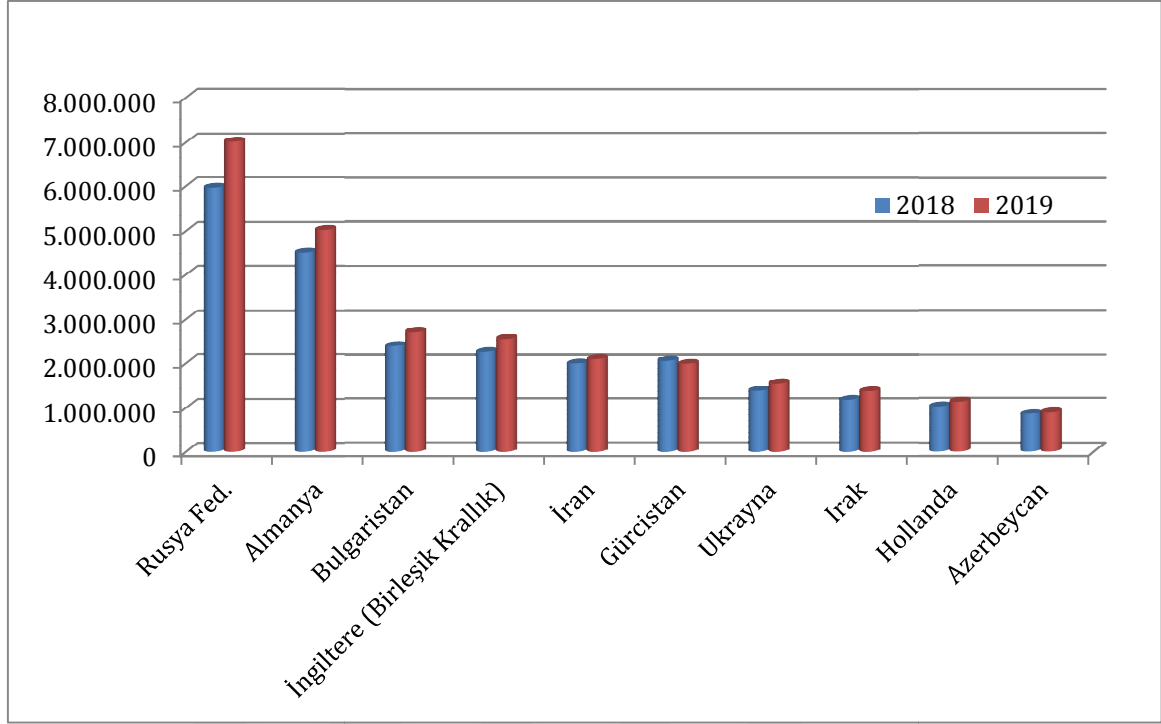
döviz akışının en çok olduğu sektörlerden birisidir. 2015 ve 2016 yılları gerçekleşen düşüşün bundan önceki grafikte de bahsedildiği gibi ülke içerisinde gerçekleşen karışıklığın turistler açısından güven sarsmasından dolayı azalmaların gerçekleşmesinden kaynaklı olarak gelirlerde de düşüş gerçekleşmiştir. Gerçekleşen gelirler turist sayıları ile doğrudan etkileşim halindedir.



Grafik 1.5. Türkiye'nin Turizm Giderleri (Milyon Dolar)

Kaynak: TÜİK (<http://www.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralik-veYillik,-2021-45785>)

Turizm giderleri de gelirlerinde olduğu gibi ülke dışına çıkış yapan vatandaşların sayılarından doğrudan etkilenmektedir. 2011 yılında ülke dışına seyahat eden kişi sayısı 6.281.972 iken 2012 yılında bu sayı 479,022 kişi azalma göstermiştir ve bu durumda giderlerin bir önceki yıla göre düşüş göstermesini sağlamıştır. Daha sonrasında artışlar gerçekleşmiştir. 2016 yılında bir önceki yıla göre 668,786 kişi azalmıştır (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği).



Grafik 1.6. Gelen Yabancı Turistler (İlk 10)

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (<https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/72101,sinir-istatistikleri-2019xlsxxlsx.xlsx?0>)

Turistlerin Türkiye'yi tercih etme sebeplerinden birisi dört mevsimin birden yaşanmasından kaynaklı olarak hem yaz turizmi hem de kış turizmi açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca dünyadaki konumu yani coğrafi konumu da büyük önem taşımaktadır. Akdeniz sularına kıyısının olması soğuk ülkelerde yaşayan bireylerin destinasyon değişikliği yapmalarına sebep olan etmenden biridir. Yukarıdaki grafikte yurtdışında ikamet eden Türk vatandaşlarının yaptığı destinasyon hareketleri dahil edilmemiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayınlanan veriler doğrultusunda özellikle talebin karşılandığı bölge Rusya'dır. Rusya'dan gelen turist sayısı 2018 yılında 5.964.613 kişi iken 2019 yılında bu sayı 1.053.044 kişinin de turizm merkezi haline gelmiş ve bu sayı 7.017.657 kişiye ulaşmıştır. Daha sonrasında da gelen Almanya 2018 yılından 2019 yılına geçildiğinde 515,112 kişi artış göstermiştir. Bulgaristan, İngiltere, İran ve Gürcistan'dan 2018 ve 2019 yıllarında yaklaşık olarak 2.000.000 turist Türkiye'ye seyahat ettiğini söyleyebiliriz. İran ve Hollanda'dan yaklaşık olarak 1.000.000 turist ağırlarken en son olarak Azerbaycan'dan 1.000.000 altıda turist ağırladığımız görülmektedir.

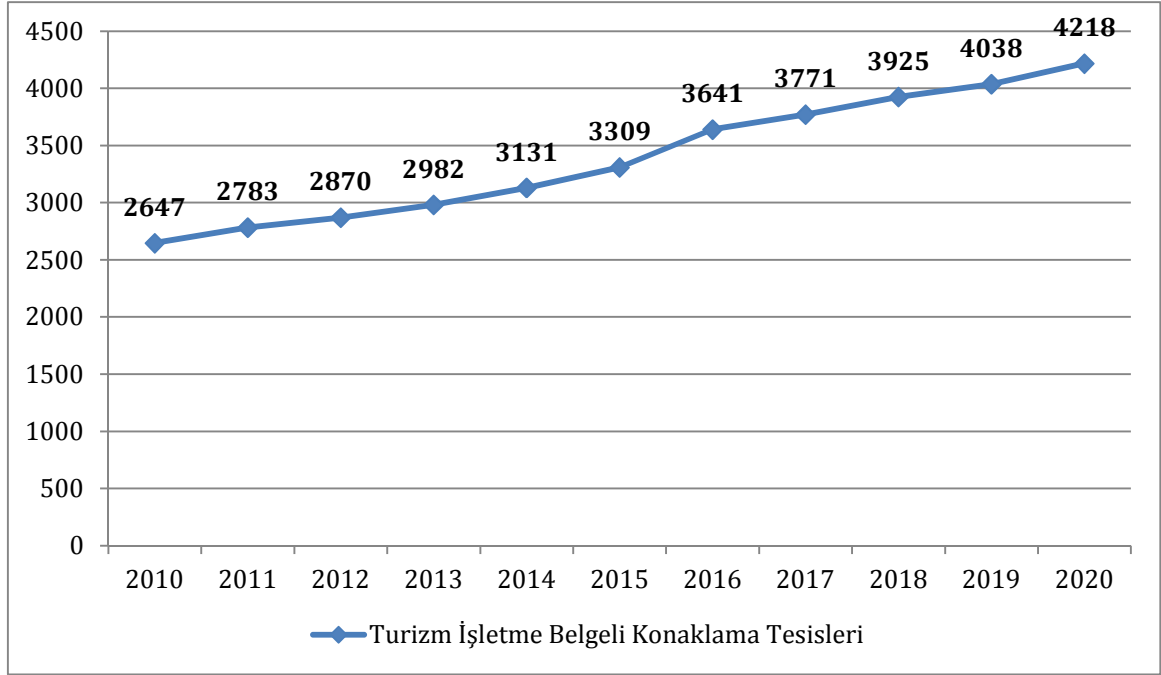
1.7.3.Türkiye' de Turizm İşletmelerinin Yapısı

Ülkemizde turizm kavramı, 1980'li yıllarda gelişmeye ve bir sektör haline gelmeye başlamıştır. Bu kapsamda gerçekleşen ilerlemelerin temelinde turizm sektörüne olan taleplerin artması ile yapılan teşvik ve yatırımlar sonucu turizm işletmeleri oluşmaya başlamıştır (Dalgın, Karadağ, & Bingöl, 2015, s. 174).Bu oluşum zamanın ilerlemesi ile birlikte artış göstermiş ve sürekli olarak bulunduğu gündeme göre değişim göstermektedir. Turizm sektörü kapsamında Türkiye görmesi gereken ilgiyi ve gelişmeleri geç görmüştür. Ülkemizdeki turizm faaliyetlerinin sorumluluğu Türkiye Cumhuriyet Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından gerçekleştirilmektedir.

Ülkemizde turizm oluşum yapısına bağlı olarak turizm işletmeleri de şekillenmektedir. Türkiye'de ülkenin tarihini ve kültürel yapısını yansıtan birçok mimari eserler bulunmaktadır ve bunun yanında doğal güzellikleri de bulunmaktadır. Akdeniz ve Ege Denizi'nin kıyısının alamsı da deniz turizminin gelişiminde ve oluşumunda büyük bir etkisi bulunmaktadır. Ülkemiz bulunduğu konumdan ve geçmişi tarihinden dolayı birçok devlete ve hatta imparatorluklara ev sahipliği yapmıştır. Özellikler Türkiye'nin en büyük şehri olan İstanbul'un Bizans ve Osmanlı İmparatorluğu'nun başkenti olmasından dolayı bir çok antik ve tarihi yapıya sahiptir. Sultan Ahmet Cami, Topkapı Sarayı ve birçok millet için önemli bir yeri olana Ayasofya'ya ev sahipliği yapmaktadır. Doğal kaynak ve güzellikler arasında da Kapadokya, Pamukkale bölgeleri olarak diyebiliriz.

Türkiye'nin üç tarafının denizlerle kaplı olmasından dolayı ve sıcak sulara kıyılarının olmasından dolayı ön önemli ve ilgi gören turizm çeşidi plaj turizmidir. En çok ilgi gören plajlar Ege kıyılarından başlayıp Akdeniz'de Antalya kıyılarında sonlanmaktadır. Bodrum, Marmaris, Fethiye, Kuşadası, Alanya ve Çeşme en çok ziyaret edilen ve ilgi gören plajlardandır. Bundan dolayı bu bölgelerde kurulan işletmelerin sunmuş oldukları mal ve hizmetler çoğunlukla dönemlik olduğunu ve yaz turizmi olarak söyleyebiliriz. Kıyı bölgelere kurulan oteller bulunmaktadır ve deniz sporları, bot gezileri ve lokanta hizmetleri gibi birçok etkinlik oluşturmaktadır. Bu da turistler tarafından ilgi duymasına tercih etmesini sağlamaktadır. Karadeniz bölgesinde plaj turizmi yerine yayla turizmi daha yaygındır. Plaj kıyılarına konumlanan otellerin yapısından farklı olan otel özelliklerine sahiptir. Çoğunlukla doğa ile uyumlu ahşap evlerin ve ahşap oteller daha yaygın olarak görülmektedir. Yaz turizminde olduğu gibi dönemlik ve sezonluk faaliyetlerini sürdüren diğer bir turizm yapısı da kış turizmidir. Kış turizmi yaz turizmine göre az ilgi görmektedir. Türkiye'de kış turizmi kapsamındaki işletmelerin çoğunlukla Uludağ, Kartepe, Erciyes, Kartalkaya bölgelerinde bulunmaktadır ve sundukları hizmet ve mal kayak odaklı olup faaliyetleri sınırlıdır. Doğal kaynaklardan oluşan kaplıcalar sezonluk olarak faaliyetlerini sürdürmez yılın her zamanı faaliyetlerini sürdürmektedirler. Sunmuş oldukları hizmet ve mal kaynağın bulunduğu noktadan ibarettir. Diğer turizm işletmeleri kadar çeşit ve değişikliğe uğrama olasılığı düşüktür.

Turizm kapsamından bakıldığında en çok oluşan ve kurulan turizm işletmeleri konaklama işletmeleridir. Bu tür işletmeler (oteller, pansiyonlar gibi) sadece Türkiye’de değil küresel olarak turizm kapsamında en çok kurulan ve faaliyetlerini sürdüren işletmelerin ilk sırasında gelmektedir. Bu işletmelerin bazılarında konaklamaktan ziyade yeme içme ve eğlence ihtiyaçlarını da kısmen karşılamaktadır.



Grafik 1.7. Türkiye’deki Son 10 Yıllık Konaklama Tesislerinin Sayısı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın turizm yatırım ve işletme (bakanlık) belgeli tesis istatistikleri kapsamında yayınlamış olduğu veriler yukarıdaki grafikte verilmiştir. Son 10 yıllık konaklama tesisi sayılarında sürekli olarak artış gözlenmektedir. Bakıldığında tesis sayıları Türkiye genelinde yıl bazında az gözüksede tesislerin yatak sayıları oldukça fazladır. Bakanlığın yayınlamış veriler doğrultusunda 2010 yılında 2647 tesisin toplam olarak 629.465 yatak sayısı bulunmaktadır. Yatak sayıları da tesis sayıları ile doğrusal olarak artış göstermektedir. 2015 yılında 3309 tesisin toplamda 850.089 yatak sayısı, 2019 yılında 4038 tesisin 992.341 yatak sayısı ve 2020 yılında ise 4218 tesisin toplamda 1.020.985 yatak sayısına ulaşmıştır. 2020 yılında turizm işletme belgeli tesislerin en çok bulunduğu bölgeden en az bölgeye doğru sıralanışı şöyledir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı):

1. Akdeniz Bölgesinde 1069
2. Ege Bölgesinde 850

3. İstanbul'da 644
4. Doğu Marmara Bölgesinde 263
5. Batı Marmara Bölgesinde 240
6. Batı Anadolu Bölgesinde 228
7. Orta Anadolu Bölgesinde 193
8. Batı Karadeniz Bölgesinde 180
9. Doğu Karadeniz Bölgesinde 175
10. Güneydoğu Anadolu Bölgesinde 158
11. Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde 121
12. Ortadoğu Anadolu Bölgesinde 97

tesis bulunmaktadır. Toplamda yukarıdaki grafikte de belirtildiği üzere Türkiye genelinde toplam 4218 turizm işletme belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu tesis sayılarının ve yatak sayılarının ileriki dönemlerde artması beklenmektedir.

2. BÖLÜM

NAKİT YÖNETİMİ, NAKİT AKIMLARI VE TEMEK KAVRAMLARININ İNCELENMESİ

Nakit kavramı her aşamada ve her koşulda ihtiyaç duyulan bir varlıktır. Bireylerin, firmaların hatta devletlerin dahi nakit kavramı konusunda dikkatli olmaları gerekmektedir. Bu bölümde nakit kavramından ve firmaların nakit bulundurmaları ve bulundurmamaları koşullarında katlanması gereken yükümlülüklerden bahsedilmiştir. Bunun ile firmaların nakit bulundurmaları hususunda etkilendiği faktörler ele alınmıştır. Bu denli her konuda önemli olan ve ihtiyaç duyulan nakit kavramının finans yöneticileri tarafından yönetilmesi gerekmektedir. Daha sonrasında ise nakit yönetiminden, öneminden ve amacından alacaklarının borçlarının zamanlarını belirlemelerinin öneminden bahsedilmektedir. En son olarak ise firmaların bulundurmaları gereken optimum nakit miktarına yönelik kullandıkları modellerden ve teorilerden bahsedilmektedir.

2.1.Nakit Kavramı

2.1.1.Nakit Kavramının Tanımı

Nakit kavramı ilk düşünüldüğünde ilk akla gelen anlamı para olmaktadır. Fakat nakit paranın yanında, pazarlanabilir menkul kıymetlerde kapsamaktadır. Bu bağlamda nakit, bilançoda yer alan dönen varlıkları ifade etmektedir. Dönen varlıklar içerisinde nakit sadece kasa ve bankadaki paralar olarak algılanması doğru değildir (Güvemli, 1984, s. 120). Çekler, hazine bonusu, satılabilir hisse senetleri ve tahvillerde nakit içerisine girmektedir (Kürklü, 2014, s. 376). Aralarındaki fark kullanım yönünde kasa ve bankalarda bulunan paraların anında kullanılabilir olmasıdır.

Nakit anlamında kullanılan araçlar tarih boyunca hep dönemsel olarak farklılık göstermiştir. İnsanların ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile kullandıkları bir varlıktır. Bundan dolayı ulaşmak istedikleri malları elde edebilmek için ilk zamanlarında belirli cisimleri (altın, bakır, gümüş gibi) değiş tokuş yapmışlardır daha sonrasında bu cisimler yerini paraya bırakmıştır. Nakit kavramı para olarak düşünüldüğünden dolayı tarih boyunca da para olarak kullanılan cisimler farklılık göstermiştir. Bu farklılıklara rağmen her konuda temel ihtiyaç özelliğinin kaybetmemiştir.

Nakit kavramı işletmelerin devamlılıklarını sağlayabilmeleri için en temel varlıklardan birini oluşturmaktadır. İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için girdi ve çıktıların anında gerçekleşmesi gerekebilir. Bunun için de firmaların nakit bulundurmaları hayati önem taşımaktadır. Yani vadesi gelmiş bir borcun ödenmesinde firmanın nakit durumu ciddi önem arz etmektedir. Bakıldığında nakit kavramı genellikle muhasebe kalemlerinde bakıldığında kasa ve bankalar olarak algılanması doğru olmasa da likidite özelliğine bakıldığında daha kolay paraya dönüşebilmesinden kaynaklanmaktadır. Bilançoda diğer varlıklar (çekler,

hazine bonusu, tahviller gibi) nakit olarak gözüke de nakitte çevrilmesi banka ve kasaya göre daha zordur.

Firmaların bulundurdukları birçok varlığın bir getirisi vardır. Örneğin hisse senetlerinin kar payı veya sermaye kazancı gibi getirisi bulunurken firmanın elindeki nakit bulundurmasının bir getirisi yoktur. İşletmelerin ellerinde bulundurdukları nakit varlıkların kullanımından da kaynaklı olarak gerçekleşen olaylar oluşur. Tutulan nakit varlığın bir getirisi olmadığı gibi doğru yatırımda kullanılmaması durumunda işletmede nakit bulundurması fırsat maliyetine neden olmaktadır. Fırsat maliyeti, işletmelerin yapacakları yatırımlardan vazgeçilmesinden kaynaklanan kaybedilen alternatif yatırımlar olarak tanımlayabiliriz. Nakit bulundurmanın da işlemlerin değerlerinin artması yönünde de büyük bir etkisi vardır.

Nakit kavramı genellikle kar kavramıyla aynı anlama geldiği düşünülmektedir. Bu iki kavram birbirleri ile bağlantılı olsa da farklı anlama gelmektedir (Kaya B. , 2007, s. 3). Örneğin bir firma çok karlı olabilir fakat nakit tutarı kar tutarı ile doğru orantılı olmaya bilir. Bunun nedenleri firmanın alacaklarını zamanında yapılmaması, borç tutarlarının fazla olması veya temettü dağıtım politikalarındaki farklılıklar olabilir.

2.1.2.Firmaların Nakit Bulundurma Nedenleri

Globalleşme ile firmalar sürdürülebilirliklerini ve faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için elinde bulundurması gereken unsurlar vardır. Bunlardan en önemlisi ve işletmelerin bel kemiğini oluşturan nakittir.

İşletmelerin faaliyet yapısına veya bulunduğu endüstriye göre bulundurmaları gereken nakit tutarları farklılık göstermektedir. Bu nakit tutarının belirlenmesi firma için çok önemlidir. Firmalar nakit tutmasındaki bazı nedenler; çalışanların ücretlerini ödeme, hammadde alımları, borçların ödenmesi, yatırım gerçekleştirmek gibi fakat bunların gerçekleştirilmesinde sağlanan nakit firma kasasında tutulmaz. Çünkü nakit yöneticileri elde tutulan nakit tutarını minimum düzeyde tutmak isterler buradaki temel etmende nakittin getirisinin olmamasıdır.

Nakit yöneticileri nakit tutarını belirlemelerinde gerçekleşebilecek nakit akımlardaki indirimleri veya beklenmedik durumlarda ihtiyaç duyulan nakitleri de dikkate alarak bir tutar belirlemesi gerekmektedir. Özellikle ülkemizde olduğu gibi enflasyonist ortamlarda nakit kavramı daha çok önem arz etmektedir. Bu bağlamda da firmaların kasasındaki nakitten ziyade ödemelere göre değişiklik gösteren nakit tutarı daha önemli bir hale gelmiştir.

Firmaların para bulundurma ihtiyaçlarını Keynes'in likidite tercihi teorisindeki para talebindeki güdüleri ile benzerlik göstermektedir. Paranın değeri ve miktarından kaynaklı

olan güdü ihtiyat, işlem güduları ve bunların yanında spekülasyon güdüsü de bulunmaktadır (Keynes, 1937, s. 241-242).

Özetle para ihtiyacının olduğunu gösteren üç neden şu şekildedir:

2.1.2.1. İşlem Güdüsü

Firmaların devamlılıklarını sürdürebilmeleri için sabit veya günlük ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ellerinde bulundurması gereken para miktarını ifade etmektedir (Pamukçu, 1999, s. 325). Firmanın bu güdü ile karşıladığı ihtiyaçlar vadesi gelen kredi borcunun anapara ve faizinin ödenmesi, vergi giderleri, süresi gelen borç ödemeleri ve çalışanların ücretlerinin ödenmesi gibi faaliyetlerin gerçekleşmesini sağlamaktır.

İşletmelerin faaliyetlerini devam ettirebilmelerinde ihtiyaç duydukları hammadde alışları ile devamlılığını sağlayabilmeleri için alacaklarını tahsil etmesi gerekmektedir. İşletmelerin bu gerçekleştirdikleri girdiler ve çıktılarının dengeli olma olasılığı ya da eş zamanlı gerçekleşme ihtimali düşüktür. Bu yüzden de işletmeler nakit bulundurmaları gerekmektedir. Faaliyetlerin devam edebilmeleri için elinde bulundurulması gereken nakit ihtiyacın işlem güdüsü ile bulundurmaktadır. İşletmelerin alacaklarını tahsil etme süresi ile borçlarını veya çıktılarının gerçekleşme süreleri arasında fark arttıkça işletmenin işlem güdüsü ile elinde bulundurması gereken nakitte olan talebi de artacaktır.

2.1.2.2. İhtiyat Güdüsü

İhtiyat nedeni ile nakit bulundurması firmaların gelecekte karşılaşılabilecek ihtiyaçların giderilmesinde önem arz etmektedir. Firmaların bulunduğu sektöre göre değişiklik gösteren gelecekteki ödemelerdeki ve mevsimsel dalgalanmalardan, firmaların kendilerini güvenceye aldığı nakit miktarını ifade eder (Erdoğan, 2008, s. 14). Gelecekteki belirsizliklere örnek verilecek olursa bunlar; grev, doğal afetler (deprem, sel gibi), hammaddelerde fiyat artışları ve teknolojik gelişmeler gibi durumlarda ihtiyat güdüsü ile tutulan nakit miktarı ile karşılanmaktadır. Bu nakit miktarı ekonomik belirsizliğin artması ile birlikte yeniden değerlendirilip ekonomik artışla paralel olarak artırılması gerekmektedir (Ceylan & Korkmaz, 2009, s. 241). Genellikle güvenlik hissi nedeniyle ile para tutma isteğinden kaynaklanan bir güdüdür.

İhtiyat güdüsü ile firmaların nakit bulundurma nedenleri buldukları sektör yapısına ve ülke ekonomisi ile oldukça yakından ilgilidir. Bu güdü ile firmaların nakit bulundurma eğilimi buldukları ülke ekonomisi olarak belirsizliklerin yaşanması nakit bulundurma miktarını arttıracaktır. Bunun yanında bulunduğu sektör ve üretim biçimine bakıldığında turizm işletmeleri mevsimsel bir üretim sunduklarından dolayı ve birçok faktörden etkilenmektedirler. Özellikle turizm işletmelerinde ülke içinde ve küresel olarak yaşanılacak

krizden oldukça fazla etkilenmektedir (Türksoy, 2007, s. 110). Gerçekleşen olumsuz olayların neticesinde iptal edilen seyahatler sonucunda işletmeler nakit kaybına uğramaktadır. Bundan dolayı da nakit bulundurmaları ve finansal olarak işletmelerin kendilerini güvenceye almaları gerekmektedir.

İhtiyat güdüsü ve işlem güdüsü ile nakit bulundurma eylemleri birbiri ile bağlantı içindedir. İşletmelerin buldukları nakit miktarı girdi ve çıktıları arasındaki süreye bağlı olarak artmakta ya da azalmaktadır. Alacaklarını kısa vadede tahsil edebilen işletmelerin işlem güdüsü ile nakit bulundurma miktarını azalttığı gibi ihtiyat güdüsü ile buldukları nakit miktarını da etkilemektedir (Ceylan & Korkmaz, 2009, s. 241). İşletmelerin alacakları ile borç ödemeleri arasındaki sürenin az olması işletmelere nakit açısından avantajlı konuma geçmektedir. Bu da buldukları nakit miktarında düşmelere neden olmaktadır.

2.1.2.3. Spekülasyon Güdüsü

Diğer iki güdü firmanın faaliyetleri için ihtiyaç duyduğu nakit miktarını kapsarken bu ise tam tersi firmanın gelecekteki fırsatları kaçırmamasını amaçlayarak elinde bulundurulması gereken para miktarını oluşturmaktadır. Firmanın gelecekte karşılaşılabileceği yatırım fırsatlarını değerlendirmesinde kullanılmaktadır. Buna örnek olarak borsada menkul kıymet alımı, arsa ve gayrimenkul alımı gibi yatırımların gerçekleştirilmesidir. Fakat firmalar için spekülasyon amacı ile para bulundurmanın önemi diğerlerine göre azdır. (Niyazi, 2002, s. 113)

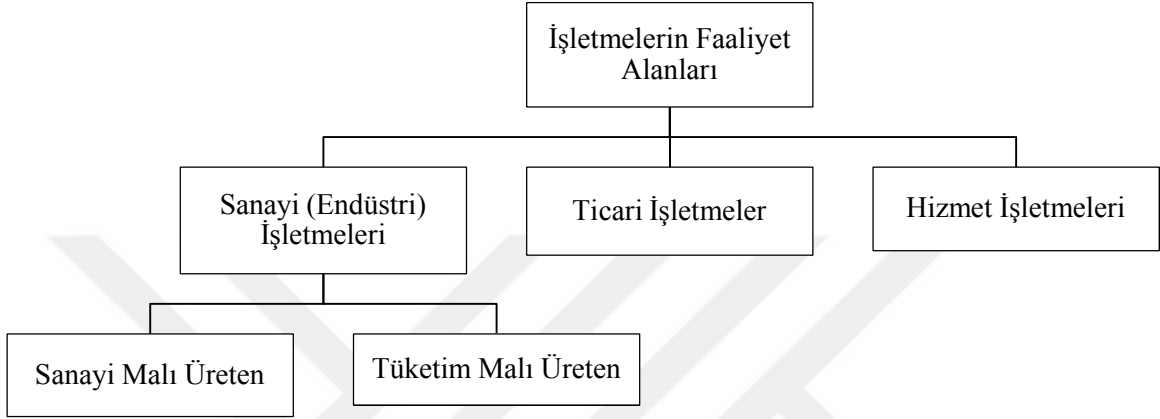
İşletmelerin gelecek yatırımlarından, fiyat değişikliklerinden veya faiz oranlarını değerlendirmeleri ve bu şekilde kar elde etmelerini hedefleyerek elde ettikleri nakit miktarına spekülasyon güdüsü ile gerçekleşmektedir. İşletmeler bunu gerçekleştirirken ellerinde tuttukları nakdi iyi değerlendirmeleri gerekmektedir. Bu da bir olasılıktır ki bu amaçla bulundurulmuş bir nakdi değerlendirmek için bir fırsat işletmenin karşısına çıkmayabilir. Firmanın kasasında ya da bankasında bulunan nakdin bir getirisi olmadığından firmaya bir avantajı bulunmamaktadır. Bunun yerine işletmeler bu nakdi likiditesi yüksek geçici yatırım araçlarına yatırmaları işletmenin lehine olmaktadır.

2.1.3. İşletmelerdeki Nakit Miktarını ve Nakit Akımlarını Etkileyen Faktörler

İşletmelerin nakit miktarını belirlerken dikkat edilmesi gereken birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar firmaların faaliyette bulunduğu sektöre göre hatta aynı alanda faaliyet gösteren firmalar arasında da farklılık göstermesi söz konusudur.

2.1.3.1.İşletmenin Faaliyet Yapısı

İşletmelerin faaliyet yapısı mal üretip pazarlamaya dayalı olabileceği gibi üretim yapmadan başka bir firmanın ürettiği ürünün satması da bir faaliyet yapısını oluşturmaktadır. İnsanların yani tüketicilerin ihtiyaç duyduğu mal veya ürün alacağı gibi ihtiyaç duyduğu hizmeti karşılamakta bir faaliyet yapısıdır. Bu kapsamda firmaların faaliyet alanlarını; sanayi (endüstri) işletmeler, ticari işletmeler ve hizmet işletmeleri olarak ayırmak mümkündür.



Şekil 2.1. İşletmelerin Faaliyet Alanları

İşletmelerin faaliyet yapılarının farklılıklarından kaynaklı olarak bulundurulması gereken nakit miktarı da farklılık göstermektedir. Örneğin ürün üreten bir sanayi işletmesi ile hizmet üreten bir firmanın aynı nakit miktarına ihtiyaç duymaları olanaksızdır. Firmaların faaliyet yapıları büyüme eğilimi gösteriyorsa ve bu büyüme ile bağlı olarak olası riskleri karşılama durumu da paralel olarak büyüme ile nakit miktarı da artmaktadır.

Bu kapsamda nakit miktarının belirleyicisi olarak firmaların bulunduğu faaliyet alanlarının yanı sıra firmaların bulunduğu coğrafi konumu ve bulunduğu sosyal yapı da etkili olmaktadır. İşletmelerin coğrafi konumları örneğin üretim için gerekli olan hammaddeye olan uzaklığı ve pazarlama dağıtım olanaklarına göre nakit ihtiyacında değişiklik meydana gelmektedir.

2.1.3.2.İşletmelerin Kredibilitesi

Firmaların kredi bulma olanakları birbirinden farklılık göstermektedir. Farklı olmasındaki etmen de firmaların büyüklük yapıları ve satışlarındaki istikrarlılığa bağlı olarak nakit bulundurmaları gereken miktar farklıdır.

Kredi bulma kolaylığı firmaların hem dış hem de iç dinamikleri için büyük ölçüde önemli olan bir durumdur. Firmaların finansal olarak istikrarlı olduğu durumlarda meydana gelebilecek

kriz dönemlerinde işletmelerin kredi bulma olanakları daralmaktadır. Bu durum firmaların büyüklüğü açısından da önem arz etmektedir. Bu dönemlerde büyük ölçekli işletmelerin kredibilitesi, küçük ölçekli işletmelere göre daha fazladır. Bu da küçük ölçekli işletmelerin büyük ölçekli işletmelere göre daha fazla nakit bulundurmaları gereksinimini sağlamaktadır. Büyük ölçekli işletmeler kolay kredi bulabilmesindeki büyük etmen satışlarında meydana gelen istikrarlılıktan kaynaklanmaktadır.

2.1.3.3.İşletmelerin Stok Yönetimi ve Alacak Yönetimi Uygulamaları

Stok yönetimi işletmelerin buldukları faaliyet alanına göre şekillenen bir yöntem biçimidir. Stok yönetimini özellikle üretim işletmelerinde hammadde, yardımcı madde gibi girdilerin depolanmasında büyük önemi vardır. Üretim yapan işletmelerin tedarik edeceği hammaddeyi ya da yardımcı maddeyi kredili veya nakit alma şekline göre gereksinim duyduğu nakit farklılık göstermektedir. Eğer kredi kullanarak ürünleri tedarik ediyor ise işletmenin nakit gereksiniminde azalma meydana gelecektir.

Bu durum hizmet işletmelerinde ise farklılık göstermektedir. Hizmet üreten işletmeler fiziksel bir mal üretiminin gerçekleşmemesinden dolayı stok yönetimi farklılık gösterir. Fakat insan ihtiyaçlarını karşılaya bilmesi için mal ve hizmet üreten diğer işletmeler ile sürekli etkileşim halinde olması gerekmektedir. Bu hizmet işletmelerinde stok yönetimine bağlı olarak fazla nakit gereksinimi duymazlar.

Alacak yönetimi ise her işletme için yani faaliyet alanına bağlı olmaksızın önemli olan bir kavramdır. Herhangi işletmenin nakit ihtiyacı ile alacak yönetimi birbirini çok fazla etkiler. Yani alacaklarının tahsil süresi kısa olan bir işletmenin nakit ihtiyacı ve buna bağlı olarak bulundurması gereken nakit tutarı, tahsil süresi uzun olana göre daha az olacaktır. İşletmelerin devamlılıklarını sağlayabilmeleri için alacak yönetimi büyük öneme sahiptir.

2.1.3.4.İşletmelerin Alış ve Satış Politikaları

İşletmelerin nakit miktarları alış ve satış için önemlidir. Ayrıca işletmelerin alış ve satış politikalarına göre nakit miktarları şekillenmektedir. Bu bağlamda doğrudan birbirleri etkilemektedir.

İşletmelerin alışlarını ne şekilde yaptıklarına bağlı olarak nakit ihtiyacında değişiklik olmaktadır. Örneğin firma alacağı bir ticari malı kredi kullanarak ya da peşin olmasına göre kredili aldığına nakit ihtiyacı azalmakta aksi durumda yani peşin aldığı durumda daha fazla nakde ihtiyaç duyacaktır. Benzer olarak firmaların ne kadar fazla satış yapması ve bu satışların istikrarlı olarak devam etmesi halinde firmaların ihtiyaç duyduğu nakit ihtiyaçları da azalacaktır. Bu kapsamda küçük ve orta ölçekli işletmelerin satış hacimlerinin kısıtlı olmasından dolayı, büyük ölçekli firmalara göre daha fazla nakitte ihtiyaçları vardır.

2.1.3.5.İşletmelerin Bulunduğu Endüstri Kollarındaki Rekabet Yoğunluğu

Firmalar arası yoğun rekabet firmaların oluşabilecek fırsatları kaçırmamaları ve doğru ve etkin yatırımlar ve projelere imza atmaları gerektiğini göstermektedir. Bu firmalar arasında yoğun rekabet hayatta kalma mücadelesi olarak görülmektedir. Devamlılıklarını ve sürdürülebilirliklerini sağlayabilmeleri için firmalar, dinamik bir halde olan rekabet koşullarına ve oluşabilecek etmenlere hazırlıklı olmaları gerekmektedir. Bunu da firmaların likit fonları bulundurmaları ile gerçekleştirmeleri olasıdır. Elde tutulan nakdin firmaya bir getirisinin olmamasından kaynaklı olarak tutulan miktarın doğru bir şekilde belirlenmesi de rekabet koşullarında büyük önem taşımaktadır.

Gerçekleşecek olaylar karşısında firmaların vermiş olduğu tepkiler önemlidir. Firmaların nakit yönetimi kapsamında tuttıkları nakit miktarı ve yapılan yatırımlar firma yöneticilerin risk konusunda tutumunu göstermektedir (Akgüç, 1989, s. 218). Bu da bir bakıma firmalar arası profili ortaya çıkarmaktadır ve firmalar arasında yapılabilecek hamlelerin önceden tahmin edilmesini de sağlamaktadır. Finansal olarak nakit yönetiminin doğru ve etkin yapılması firmalar arasında rekabet üstünlüğünün sağlanmasında büyük bir etmendir.

Firmaların rekabet seviyesi de aynı alanda faaliyet gösteren firmaların rekabet seviyesinin yüksek olması firmaların pazar paylarını korumak için ar-ge, reklam gibi yani firmanın iç dinamiklerine dair inovasyon gerçekleştirmesi gerekmektedir. Bunun için firmalarda daha fazla nakit çıkışı gerçekleşeceği için nakit miktarları arttırılması gerekmektedir.

2.1.3.6.İşletmenin Borçlarının Vade Yapısı ve Yabancı Para İle Borç Tutarı

Firmaların yapmış olduğu borçların uzun vadeli ya da kısa vadeli olmaları ve bu bağlamda borçların ödenme zamanlarının belirli dönemlerde yoğunlaşması durumlarına karşı tutulması gereken nakit miktarı çok önemlidir (Kaya B. , 2007, s. 14). Borçların vadeleri kadar ödeme biçimleri de önemlidir. Borç ödeme dönemlerini belirli bir aralıklarla gerçekleştiren firmalar, belirli bir dönemde yoğunlaşan borçları olan firmaya göre nakit miktarında değişiklik olmaktadır.

Firmaların oluşturdukları kısa veya uzun vadeli borçların faiz oranları da büyük önem arz etmektedir. Yapılan borçlarda faiz oranının yükselmesi sonucunda firmalar röfinansman veya yenileme yoluna gidebilirler. Röfinansman kısaca firmaların yüksek faiz ile borçlanmalarını, faiz oranlarının düştüğü dönemlerde borcunu yenileyerek düşük faiz oranı ile tekrar borçlanmaya gitmesi anlamına gelmektedir (Seyidoğlu, 1996, s. 517). Bu durumlarda firmaların dönemsel olarak borçlarının faiz oranları sonucunda ödemeleri gereken tutarlarda da değişimler meydana geleceğinden dolayı bulundurmaları gereken nakit miktarında da değişiklik gerçekleşecektir.

Borçlanmanın vadesi veya faiz oranının yanı sıra birçok işletme borçlanma kaynaklarında da farklı fonlar tercih etmektedir. Günümüzde çoğu işletme Türk parası yanı sıra yabancı kaynaklı fonlar ile de borçlanmaktadır. Bu da yabancı fonlarda firmanın nakit yönetimini ve buna bağlı olarak ödemelerini gerçekleştirebilmesi için tutması gereken nakit miktarını da belirlemektedir. Yabancı fon ile borçlanan firma ilk olarak kur riskini göze almıştır. Özellikle ülkemizde kurdaki dalgalanmalar sonucunda gerçekleşecek farklılıklardan çok fazla etkilenilmektedir. Bu riske karşı firmalar bulundurmaları gereken nakit miktarlarını borçlandıkları yabancı fon cinsinden gerçekleştirirlerse acil ödemelerin gerçekleştiği durumlarda kolaylık sağlanmış olur. Ayrıca bu nakit yönetimi sayesinde kur dalgalanmalarına karşı da az da olsa önlem alınmış olur.

2.1.3.7.Makro Ekonomik Faktörler

İşletmelerin kurulmuş olduğu ülkelerde gerçekleşecek ve alınacak kararlar doğrultusunda yönetim biçimleri değişmektedir buna bağlı olarak nakit miktarlarında da değişimler meydana gelmektedir. Devletin işletmelere sunmuş olduğu kur rejimleri, teşvikler ve destekler, para politikaları gibi makro ekonomik faktörleri sayabiliriz. Yapılan teşvik ve destekler kapsamında işletmeler bütününden ziyade teşvik ve destekler sektörler arası farklılık göstermektedir. Bu da sektörler arası nakit yönetimlerinin bu kapsamda da farklılık gösterdiğini göstermektedir.

Örneğin turizm işletmeleri kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sağlanan destekleri örnek vermek gerekirse, sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi kapsamında 06/09/2013 tarihli ve 28757 sayılı resmî gazetede yayınlanan "2013/5265 Sayılı Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgeli İşletmelere Elektrik Enerjisi Hakkında Karar" uyarınca çevreyi önemseyen ve koruyan işletmelerin çoğalmasını amaçlamaktadır (T.C. Resmi Gazete, 2013). Gerçekleşen bu destek ile firmaların çevreyi korumaları ve duyarlı davranmaları sonucunda enerji yönünden aldığı destek ile birlikte işletme enerji harcamalarında düşüş yaşamasına neden olmaktadır. Bu sayada giderlerin karşılanması amacı ile bulundurulmuş nakit miktarında da azalmaya neden olacaktır.

2.1.4.Nakit Tutmanın Faydaları

İşletmeler buldukları nakit miktarı bakımından olumlu veya olumsuz sonuçlar ile karşılaşmaları açısından önemlidir. Tutulan miktarın fazla olması ile yetersiz yani az miktarda nakit bulundurmaları belirli yükümlülükleri de beraberinde getirmektedir. Bu miktarın belirlenmesinde de nakit yönetiminin ve bu alandaki yöneticilerin önemi büyüktür.

Nakit miktarının belirlenmesinde birçok faktör göz önünde tutularak karar verilmesi gerekmektedir. Miktarın belirlenmesinde sektörün yapısı, ülke ekonomisi, işletmenin hacmi

gibi faktörler dikkate alınarak yeterli seviyede belirlenmesi gerekmektedir (Özkan, 2019, s. 60).

Yeterli seviyede nakit miktarının belirlenmesi ile birlikte işletmeye karşı oluşturduğu faydalar şunlardır:

- Günlük rutin faaliyetlerini gerçekleştirmesi için yapması gereken ödemelerde kolaylık yaşamasına sebep olmaktadır.
- Ödemesi gereken yani vadesi gelen borçlarını ödemesinde zorluk yaşanmamasına sebep olmaktadır.
- İşletmelerin nihai mal üretebilmeleri için gerekli olan hammadde veya yarı mamul gibi mal alımlarında nakit kullanılması ile iskontolardan yararlanmasına olanak sağlamaktadır.
- Olağan üstü (deprem, sel, ekonomik kriz gibi) durumlarda gerçekleşen nakit çıkışlarının karşılanmasında işletmeye fayda sağlamaktadır.
- Ödenmesi gereken borç yükümlülüklerinin zamanında yani vadesi geldiğinde ödenmesi ile birlikte kredi notunun yüksek olmasını ve finansal olarak piyasada güçlü olmasını sağlamaktadır.
- İşletmelerin karşılaştıkları ve avantajlı görülen yatırımlara karşı hazırlıklı olmasını sağlamaktadır.
- İşletmelerin ellerinde yeterli miktarda nakit bulundurmaları rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. İşletmelerin faaliyetlerinin ve karşılaşılan avantajlı yatırımlara direk müdahale etmesi ve aksaklıklarla karşılaşmamasından kaynaklı olarak rekabet yönünden olumlu sonuçlar doğurmaktadır.

2.1.5.Fazla Nakit Bulundurmanın Maliyeti

İşletmelerin ellerinde bulundurmaları gereken nakit tutarının yöneticiler tarafından analizler ve incelemeler sonucu etkin bir miktarın belirlenmesi ile gerçekleşmektedir. Bu miktarın fazla olması ya da az olması işletmelere değişik sorunlarla karşılaşmalarına neden olmaktadır. İşletmelerin nakit miktarlarını fazla tutmaları sonucunda maliyetlerle karşılaşmalarına sebep olmaktadır. Bu maliyetler ve dezavantajlarını şunlardır (Usta, 2008, s. 178):

- Bu maliyetlerden de katlanılan en önemli maliyet fırsat maliyetidir. Bu kapsamda işletmeler ellerinde fazla nakit stoku yaparak gerçekleşmesi olasılığı olan getirilerden vazgeçmeleri sonucunda oluşan maliyet yapısıdır.
- İşletmelerin fazla nakit bulundurmaları yanı sıra kısa vadeli borçlarının da olması sonucunda faiz maliyetlerine maruz kalmasına neden olmaktadır.

- İşletmelerin fazla nakit stoku yapmaları ile birlikte finansal piyasalarda yani kredi verenler tarafından tanınmamasına neden olmaktadır. Bu da finansman ihtiyacı olduğu anda kredi bulamamasına neden olmaktadır.
- İşletmelerin ellerinde fazla nakit bulundurmaları gereksiz harcamalara da neden olabilmektedir.

2.1.6.Nakit Yetersizliğinin İşletmelere Olumsuz Etkileri

İşletmelerin yetersiz miktarda nakit stok etmeleri birçok güçlüğe neden olmaktadır. Bu durum da işletmelerin faaliyetlerini sürdürmeleri için gerekli olan tüm ihtiyaçlarının aksaması anlamına gelmektedir. Nakit eksikliği işletmelerin en başta gelen amaçlarına yani faaliyetlerinin bunun beraberinde de devamlılıkları sürdürebilmelerini zorlaştırmaktadır. Nakit yetersizliğinin işletmelere etkileri de şunlardır (Aksoy & Yalçın, 2008, s. 253):

- Kredi kuruluşlarından kredi sağmaları konusunda zorluk yaşarlar ve ödemelerini peşin yapmak zorunda kalırlar. Kredi sağlayamamalarının sebebi de nakit eksikliğine bağlı olarak işletmelerin finansal olarak kötü olduğunu ve buna bağlı olarak da risk grubuna girmelerine neden olmaktadır. İşletmelerinin kredi verilme konusunda riskli olmaları faiz oranlarında veya satış fiyatlarının artmasına neden olmaktadır.
- Süresi gelen borçların ödenmesinde nakit eksikliğinden dolayı aksamalar meydana gelmektedir. Buna bağlı olarak da işletmelerin almaları gereken hammadde, malzeme alımlarında sıkıntılar yaşamaktadır. Bu tarz işletmeler satıcılar tarafından güvensiz ve ikinci sınıf işletmeler olarak görülmektedir.
- İşletmelerin ihtiyaç duyduğu malları satıcılar tarafından kredili alabilme imkanını ortadan kaldırır.
- İşletmelere güvenin azalması ile, uygulanan nakit iskonto imkanlarının ortadan kalkmasına neden olmaktadır.

Nakit sıkıntısı yaşayan işletmeler sektör ve finansal piyasalar üzerinde riskli görülen işletmeler olarak görülmektedir. Kredi kurumları ve satıcılar açısından daha güvenilir, nakit stoku yönünden daha güçlü işletmeler ile anlaşmalarına yol açmaktadır. Bu kapsamda işletme yöneticileri yanı sıra finans yöneticileri tarafından riski azaltıcı önlemlerin alınması gerekmektedir.

2.1.7.Nakit Akımının Tanımı

İşletmelerin faaliyetlerinin devamı için finansal işlemlerini de kontrol etmeleri ve düzenlemeleri gerekmektedir. Finansal verilerin düzenlenmesi kontrol edilmesi konusu oldukça önemlidir ve ayrıntılı bir biçimde takip edilmesi gerekmektedir.

Nakit akımı kavramı ise işletmelerin girdi ve çıktılarından oluşmaktadır. Bu kavram firmaların girdi ve çıktıları ayrı bir şekilde incelenmekte olup ikisi aynı anda takip edilmektedir. Nakit akımı firmaların karlılık oranlarının belirlenmesinde büyük öneme sahiptir. Bu kapsamda firmaların karlılıklarını belirlemede nakit akımı yönetiminde firma kasasına giriş gerçekleşiyor ise pozitif nakit akışı, firma kasasından çıktı gerçekleşiyor ise negatif nakit akışı olarak adlandırılmaktadır (ticimax). Firmanın nakit akımlarında gerçekleşen girdi ve çıktıların farkı ise firmanın karlılığını göstermektedir. Ancak bu durum karlılığı yüksek olan firmaların nakit akımlarında sıkıntı olmadığı anlamına gelmemektedir. Firmalar yüksek karlılık oranlarına sahip olduğu halde nakit akımı yönünden yeterli olmayabilir.

İşletme faaliyetleri açısından nakit akımı; işletmelerin belirli bir dönem içerisinde işletmeye giren net nakit miktarı olarak açıklanabilmektedir. Bu kapsamda net nakit girişi, işletmelerin üretimden satış döneminde nakit girişleri ile nakit çıkışları arasındaki fark anlamına gelmektedir.

Bir işletmenin faaliyetleri kapsamında nakit akımının belirlenmesi 3 başlık ile açıklamak mümkündür. Bunlar (Ercan & Ban, 2010, s. 32):

- Faaliyet ile ilgili aktivite (Operating activity)
- Yatırım ile ilgili aktivite (Investment activity)
- Finanslama ile ilgili aktivite (Financing activity) dir.

Tablo 2.1. Nakit Akımının Hesaplanması

Faaliyet Aktiviteleri	Yatırım Aktiviteleri	Finansman Aktiviteleri
+Net gelir	+ Dönem sonu duran varlık	-Borç senetlerinde azalış
+Amortisman	-Dönem başı duran varlık	+Borç senetlerindeki artış
+Dönen varlıklardaki azalış (nakit hariç)	+Amortisman	-Uzun vadeli borçlardaki azalış
+Satıcılarda artış		+Uzun vadeli borçlardaki artış
-Dönen varlıklardaki artış (nakit hariç)		+Hisse senedi ihraçları
-Satıcılarda azalış		-Ödenen temettü

Kaynak: Ercan, M. K., & Ban, Ü. (2010). *Finansal Yönetim*. Ankara: Gazi Kitabevi. s.32

Nakit akımı işletmenin faaliyet, yatırım ve finansman yapılarından oluşmaktadır. İşletmelerin faaliyetlerinden meydana gelen nakit akımları, yatırım ve finansman faaliyetleri dışında meydana gelen gelirleri oluşturmaktadır. Yatırımlardan kaynaklanan nakit akımları ise duran varlıklar kapsamında, Maddi Duran Varlıklar, maddi ve maddi olmayan duran varlıklar ve diğer duran varlıkların elde edilmesi veya elden çıkartılmalarından doğan faaliyetlerden oluşmaktadır. Finansman faaliyetleri sonucu oluşan nakit akımları, öz kaynak ve yabancı kaynaklarda oluşan değişimleri ve bu kapsamda gerçekleşen faaliyetlerden oluşmaktadır (Erdoğan, 2008, s. 8).

2.1.7.1.Nakit Akımı Tablosu:

Nakit akımı tablosu, belirli bir dönem içerisinde işletmeye girişi gerçekleşen nakit kaynakları ve bu kaynakların kullanıldığı alanların gösterildiği tablodur. Bu tablo oluşturulurken nakit girişi ve çıkışı gerçekleşen hesaplar veya kalemler dikkate alınarak düzenlenmektedir (Çabuk & Lazol, 2005, s. 64).

Nakit kavramı firmalar için büyük öneme sahip olduğundan dolayı takip edilmesi gerekmektedir. Firmaların nakit giriş ve çıkışlarının takip edilerek izlenen finansal tablodur. Bu finansal tablo ile birlikte firma yöneticileri ile birlikte yatırım yapacakları işletmelerin nakit akımları ile ilgili bilgiler vermektedir(TMS, md.4). Verilen bilgilerin düzenlenmesi ve kaydedilmesi yönünden iki farklı yöntem kullanılmaktadır. Bunlar:

1. Dolaylı Yöntem: Bu yöntemde göre işletmelerin finansal verileri daha çok yüzeysel olarak ele alınarak gerçekleştirilen ve ayrıntı içermeyen bir tablodur. İşletmelerin faaliyetlerinden meydana gelen nakit fazlası ve eksikliğini belirleyen net nakit düzeyini göstermektedir. Gerçekleşen bu nakit eksikliğini ve fazlasının nerelerden gerçekleştiğine dair yorum yapmak mümkün değildir (Larson, 1989, s. 561).
2. Doğrudan Yöntem: Nakit durumunun daha ayrıntılı ve işletmelerin ödeme güçlüklerini daha detaylı belirten bir yöntemdir. Kullanım açısından çok fazla yaygın kullanılmamaktadır. Bunun sebebi de çok fazla ayrıntılı olmasından dolayı, gelir tablosu ve bilanço kadar bilinmemesinden kaynaklanmakla birlikte nakit tablosu açısından daha açıklayıcı bir yapıya sahiptir (Larson, 1989, s. 562).

2.1.7.2.Nakit Akımı Tablosunun Kapsamı:

Nakit akımı tablosu kapsam olarak firma yöneticileri ile birçok bilgi kullanıcılarını yakından ilgilendirmektedir. Buna örnek olarak satıcılar, sattıkları malların bedelini, kredi kurumları vermiş oldukları kredi faiz ve anapara taksitlerini, ortaklar temettülerini zamanında alıp alamayacaklarına dair bilgi sunmaktadır. Ayrıca işletme yöneticilerine firmanın finansman durumunu de göstermektedir. Genel olarak nakit akım tablosu;

- İşletmelerin bünyesinde gerçekleşecek nakit giriş ve çıkışları yani mal ve hizmetlerin alım satımında kullanılan nakitler,
- Alınan borçlarla birlikte geri ödeme durumlarını,
- Ortaklara temettülerin nakit olarak verilmesi ve buna benzer durumları,
- İşletmelerin nakit düzeylerini ve ödeme gücünü etkileyen diğer unsurları ve faaliyetleri hakkında detaylı bilgi sunmaktır.

Nakit akımı tablosunda, işletmenin faaliyetlerinin devamlılığı ve sürdürülebilirliği için ihtiyaç duyulan nakit, finansman işlemi, yatırım işlemleri ile birlikte bu işlemlerde kullanılan nakdin oluşturduğu nakit gücünü ve elinde bulundurduğu nakit ve nakit benzeri varlıkların raporlandığı bir finansal tablolardan biridir (Kaya B. , 2007, s. 17). İşletme faaliyetleri rutin gerçekleşmesi gereken nakit akımlarından oluşmaktadır. Başlıca örnek olarak;

- Mal alım satımlarından gerçekleşen nakit akışları,
- Ücret, komisyon ve buna benzer gerçekleşen nakit akışları,
- Sigorta şirketlerinden elde edilen veya bu kurumlara ödenmesi gereken primler, tazminatlar ve diğer yükümlülüklerden gerçekleşen nakit akışları,
- Alım satım amaçlı kullanılan sözleşmelerden gerçekleşen nakit akışları.

Yatırım işlemlerinde, işletmenin duran varlıklarından ve uzun vadeli menkul kıymetlerinin alım satımlarından gerçekleşen nakit akışlarından oluşmaktadır. Buna başlıca örnek olarak da başka işletmelerin özkaynaklarına yapılan veya iş ortaklıkları için gerçekleştirilen nakit akışları, finansman işleminde olamayan veya aracılık dışında kullanılan forward, opsiyon, swap sözleşmelerinden elde edilen nakit akışları verilebilir(TMS, md.16). Finansman işlemi ortaklar tarafından temin edilen özkaynaklar ile yabancı kaynaklardan (kredi kurumlarından el edilen nakdin temininden veya ödemelerden kaynaklanan nakit akışları) elde edilen finansmanlardan oluşmaktadır (Şavlı, 2014, s. 280).

2.2.Nakit Yönetimi

Nakit yönetimi firmaların faaliyetlerinin devam edebilmesi için gerekli olan gelir ve giderler arasında dengenin iç ve dış faktörlerde dikkate alınarak korunmasıdır. Nakit yönetiminin gerçekleşebilmesi için borçların ve alacakların yanı sıra tahsilatlar ile ödemeler arasında uyum olması gerekmektedir. Bu kapsamda firma yöneticileri bu iki unsur arasında dengenin olmadığı durumlarda yabancı fonlar kullanarak veya ellerinde bulunan fazla fonları borç vererek gelir elde etme yoluna girebilirler. Başarılı bir nakit yönetimi söz konusu olduğu durumlarda gelir ve giderler arasında dengeyi bularak hem yabancı fonları ve hem de fon fazlasını minimum seviyede tutulması firma için daha iyi olacaktır.

Nakit yönetimi kapsamındaki yöneticilerin sadece var olan gelir ve giderler arasında denge kurmaktan ziyade geleceğe dair tahminlerde bulunması ve firmanın gelecek stratejileri

kapsamında uyarılar vermektedirler. Geleceğe dair tahminlerde bulunulurken belirli matematiksel yöntemler kullanılarak nakit giriş ve çıkışları tahmin edilmektedir. Bu işlem gerçekleştirilmesinde kullanılan gerekli olan başlıca veriler nakit bütçeleri ve finansal tablolardan elde edilmektedir. Firma yöneticisinin bunların yanı sıra nakit yönetimi kapsamında firmanın elinde bulundurduğu fazla fonların yönetimini de sağlaması gerekmektedir. Fazla fonların etkin getiri sağlayabileceği yatırımlara dönüştürülmesini sağlamaları gerekmektedir. Ancak bunların gerçekleşmesi kapsamında nakit yönetiminin başarısının belirleyici unsuru likidite ve karlılık arasındaki dengeye göre belirlenmektedir (Galimidi, 2010, s. 26). Nakit yönetimini gerçekleştiren yöneticiler yaptıkları tahmin ve varsayımlarda her ne kadar nesnel verileri matematiksel ve istatistiksel yöntemler kullansalar da, yapılan tahminlerde belirsizlik bulunmaktadır. Bu belirsizlikten dolayı firmaların ellerinde bulundurması gereken nakit tutarı firmaların buldukları sektöre ve ürettiği ürün yapısına göre de farklılık gösterecektir. Finansal yöneticilerin belirsizliklere rağmen geleceğe yönelik en yakın tahminlerde bulunmaları firmaların faaliyet yapısını ve stratejilerini belirlemelerinde ön bilgi vermesini sağlamaktadır.

2.2.1 Nakit Yönetiminin Önemi

İşletmeler faaliyetleri yapılarından kaynaklı olarak ve geleceğe yönelik bir belirsizliğin olmasından dolayı risk her zaman bulunmaktadır. Nakit yönetimi kavramının önemi de 1970'li yıllarında kısa vadeli faiz oranlarının yükselmesi ile birlikte işletmelerin ellerinde bulundurdukları nakitlerin de fırsat maliyetlerinin artmasına neden olmuştur (Weston & Copeland, 1992, s. 761). Bununla birlikte firmaların nakit kavramına ve bu kavramın takip edilerek düzenlenmesinin de önemi gündeme gelmiştir.

Firmaların devamlılıklarını sağlayabilmeleri için faaliyetlerinin aksamadan ve eksilmeden sürdürmeleri gerekmektedir. İşletmelerin karlılık oranlarının yüksek olması devamlılıklarını sağlayabilecekleri anlamına gelmemektedir. Nakit yönetiminin olmadığı veya kötü olduğu işletmeler bu koşulda dahi olsa iflas eşiğine gelebilmektedirler. Nakit yönetiminde önemli olan husus aslında etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesidir. Firmaların ellerinde nakdin eksik olmasından kaynaklı yaşayacakları sıkıntılardan ziyade fazla olduğu durumlarda da işletmeler açısından fırsatları kaçıracakları anlamına gelmektedir. Bu tarz durumlarda yani işletmelerin ellerinde fon fazlasının olduğu durumlarda yöneticileri, bu fonları gelir sağlayabilecekleri kısa vadeli yatırım araçları ile değerlendirmeleri gerekmektedir bu sayede fırsat maliyetini ortadan kaldırmış olurlar. Bu yüzden nakit yönetimi işletmeler için dikkat edilmesi gereken bir unsurdur.

Nakit yönetimi olgusunun önemini bir örnek ile açıklarsak eğer; etkin ve verimli bir nakit yönetimi yapılmaması sonucu borçlarını zamanında ödeyemeyen bir işletme, aynı yönetim biçiminde gitmesi durumunda borçlarını zamanında ödeyemeyecek duruma gelecektir. Bu da

işletmenin çevreye olan güvenilirliğinin ve firma değerinde düşüklüklere neden olacaktır. Bu olayların artması ve kurumlar tarafından öğrenilmesi durumunda kredi kurumlarından kredi kullanımında, tedarikçilerinden mal alma durumunda zorluklar yaşayacaktır. Bunun akabinde mal tedarik edilmemesi ile üretimde aksamalar meydana gelmektedir. Bir işletmede üretimin aksaması birçok olayın habercisi olarak görülmektedir. Bunlarda; müşterilerde huzursuzluğa yol açması, mal teminin zorlanmasından dolayı maliyeti piyasa üstüne çıkacaktır ve karlılık kavramı gerçekleşmeyecek duruma gelmesi ile üretimin durması ve finansman sağlayamadığı takdirde işletmenin iflasına kadar gitmektedir (Kaya B. , 2007, s. 29).

Örnekte de belirtildiği üzere kötü yönetilen nakdin işletmelerin ortadan yok olmalarına neden olduğu belirtilmiştir. Ufak görülen bir kavramın işletme için hayati bir önemi vardır. Güçlü bir nakit yönetimi izleyen işletmeler, nakit miktarlarını en uygun sevide tutabilir ve gelecekte gerçekleşebilecek beklenmedik durumlara karşı tedbirli olmasını ve o anki risk durumlarından kurtulmasını sağlamaktadır. İşletmeler için karlılık kavramı kadar nakit kavramı da büyük öneme sahiptir (Ata, 2009, s. 46-47)

2.2.2.Nakit Yönetiminin Amacı

Genel olarak nakit yönetimi, işletmelerin faaliyetlerine devam edebilmelerinde gerekli ihtiyaçların karşılanmasını ve gelecek dönemlere dair tahminlerde bulunmayı amaçlamaktadır. Temel olarak, işletmelerin nakit yönetiminin amaçladığı husus, finansal olarak sorumlulukların yerine getirilmesi ve zor durumlara düşülmemesi için önemlerin alınması ve maliyetleri azaltarak işletmenin elinde bulundurduğu varlıklarında karlılığı arttırmayı amaçlamaktadır. Bu durumların gerçekleşebilmesi için işletme yöneticilerinin uygulaması gereken maddeler vardır (Tokaç, 2018, s. 137-138).

- İşletmenin ödemesi gereken yükümlülüklerinin kontrol altına alınması ve işletmenin amaçları doğrultusunda etkin bir şekilde düzenlemek
- İşletmenin alacaklarının hızlı bir şekilde tahsil edilmesini sağlamak
- Nakit tutarının belirlenmesi için nakit giriş ve çıkışlarının takibi ve gerçeğe en yakın bir şekilde tahmin edilmesi
- Dış borçlanmaları ve faiz ödemelerini en aza indirmek
- Alacaklarının ve borçlarının dengeli bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacak döngünün oluşturulması
- Elde tutulan fazla fonların yanı sıra atıl durumda duran nakdin doğru ve verimli bir şekilde kullanılması

2.2.2.1.Optimum Nakit Düzeyinin Belirlenmesi

Nakit kavramı daha önceden açıkladığımız sebeplerden dolayı işletmeler için önemli bir konuma sahiptir. İşletmelerin tuttukları nakit miktarı birçok şeyin göstergesidir. Bundan dolayı finansal yöneticilerin bu miktarı belirlemeleri hususunda dikkatli olmaları gerekmektedir. İşletmelerin fazla nakit bulundurmaları o işletmelerin iyi olduğu veya çok karlı olduğunu göstermez. Az nakit tutulmasında nasıl ki sıkışıklıklar yaşanıyor ve işletme için kötü sonuçlanıyorsa fazla fon bulundurulması da işletmeler için iyi bir durum değildir. Fazla fon kısa vadeli yatırımlara dönüştürülerek gelir getirmeleri her zaman işletmeler de daha sağlıklı sonuçlara doğurmasına neden olmaktadır.

2.2.2.2.Nakit Girişlerinin Hızlandırılması ve Nakit Çıktılarının Yavaşlatılması

İşletmeler yaptıkları plan ve stratejileri kendi iç finansal durumlarına göre gerçekleştirmektedirler. Nakit girişlerinin zamanında ve daha önceden gerçekleşmesi işletmeler için her zaman olumlu olacaktır. Girişlerin hızlandırılması demek işletmenin faaliyetlerini arttırmasına yeni yatırımlar yapmasına sebep olabilmektedir. Diğer taraftan da çıkışları yavaşlatmak istemektedirler. Nakit çıkışlarının ödemelerin son gününde gerçekleştirilmesi o zaman dilimi içerisinde nakdin işlenmesi ve kullanılması anlamına gelmektedir.

2.2.2.3.Fazla Fonların Kısa Vadeli Yatırımlarla Değerlendirilmesi:

Gerçekleşen fazla fonların tutulması yerine yatırıma dönüştürülmesi ve gelir elde edilmesi finansal açıdan işletmeleri olumlu etkilemektedir. Burada kısa vadeli yatırım araçları 1 yıldan daha az yatırımlar olmasıdır bundan dolayı kolayca nakde dönüştürülmektedir. Amaç fazla fonları kısa sürede getiri elde edecek şekilde kullanmak ve fonu sabit tutmamaktır. Kısa vadeli yatırım araçlarına örnek vermek gerekirse eğer döviz, hisse senedi, tahvil, bono gibi sıralayabiliriz. Burada finansal yöneticiler piyasayı iyi takip ederek ve yorumlayarak işletme için en uygun yatırım aracını belirlemeleri gerekmektedir.

2.2.2.4.Bankalarla İyi İlişkilerin Kurulması:

Bankalar ve işletmeler arasında sürekli ve devamlı olarak bir ilişki söz konusudur. İşletmeler faaliyetleri boyunca finansal desteğe her zaman ihtiyaç duymaktadırlar. Genel olarak da finansman ihtiyacını bankalardan karşılanmaktadır. Bu açıdan banka profillerinin iyi olmaması işletmeler için avantajlı olmayacaktır. Buna örnek ile açıklarsak banka ödemelerini geciktiren bir işletme finansman ihtiyacı duyduğunda bankadaki güven seviyesini ve kredibilitesini düşürdüğünden dolayı istediği miktarda ve istediği vadede kredi kullanımı

gerçekleştiremeyecektir. Bu açıdan banka profili ve kredibilite derecesi işletmeler için çok önemli bir kavramdır.

2.2.3.Nakit Yönetiminde Etkinliği Arttırıcı Tedbirler

2.2.3.1.Alacak Ve Tahsilat Süreci

2.2.3.1.1.Alacak süresinde verimliliği arttırıcı önlemler:

İşletmelerin nakit yönetimi içerisinde en önemli hususlardan birisi alacakların tahsil edilmesi konusudur. Alacakların zamanında gerçekleşmesi işletmelere nakit akışının gerçekleşmesi anlamına gelmektedir. Genel olarak işletmelerin kredili satışlarından gerçekleşen alacaklarında bir borçlanma maliyeti bulunmamaktadır. Bu konuda gerçekleşebilecek işletmeler için kötü olan alacaklarını tahsil edemeyip alacaklarının şüpheli konuma geçmesidir. Şüpheli duruma geçmesi ile nakit akışında yaşanılacak bir aksaklık birçok olaya sebep olabilmektedir. Bu kapsamda yöneticilerin borç verecekleri kurum ve kuruluşların ödeme güçlerini matematiksel olarak analiz etmeli ve tahminlerde bulunması gerekmektedir (Niyazi, 2015, s. 420-421).

Bir de işletmeler finansal piyasadaki kredi kuruluşlarının kredi maliyetlerinin yüksek olduğu durumlarda alacaklarının tahsilatını hızlandırması gerekmektedir. Bu tarz koşullarda alacakların tahsil edilememesi halinde yüksek maliyetlerle fon elde etmek durumunda kalacaktır ve nakit yönetiminde izledikleri yolu değiştirmeleri gerekmektedir.

Alacaklarını etkin ve verimli bir şekilde tahsil edilebilmesi için izlenmesi ve uygulanması gereken konular bulunmaktadır. Bunlar:

- Alacak devir hızının yükseltilmesi
- Satışlar gerçekleşirken anlaşmalarda vadenin kısa tutulması ve erken ödeme durumlarında indirimlerin yapılması
- Satışlar tam olarak gerçekleşmeden önce ön avans alınması
- Factoring sistemlerinin kullanılması
- Alacaklara dair kontrollerin yapılması

Alacak devir hızı işletmeler için önemli bir husustur. Bu kavram kredi satış tutarının ortalama alacaklara oranı ile hesaplanmaktadır. Bunun sonucunda işletme alacaklarının ortalama tahsil süresini ve ne aralıkla alacaklarını temin edeceğini göstermektedir. Alacak devir hızının gün olarak hesaplanmak istendiğinde ise 365 günü alacak devir hızına oranladığımızda da ortalama tahsilat süresini verecektir. Alacak devir hızını formül ile göstermek gerekirse (Poyraz, 2016, s. 77):

$$\text{Alacak Devir Hızı} = \frac{\text{Kredili Satışlar}}{\text{Ortalama Ticari Alacaklar}}$$

2.2.3.1.2.Nakit Tahsilatının Hızlandırılması ile İlgili Önlemler

Nakit yönetimi politikasının etkin bir şekilde ilerleyebilmesi için tahsilatların zamanında ve düzenli olarak gerçekleşmesi gerekmektedir. İşletmeler genel olarak mal ve hizmet satışlarından gelen nakit akışı ile faaliyetlerini devam ettirmektedirler. Bu kapsamda yöneticilerin müşteri profillerini iyi bir şekilde analiz etmeleri, piyasa koşullarını ve gelişmeleri sürekli olarak takip etmesi gerekmektedir (Niyazi, 2015, s. 410).

Tahsilatların hızlandırılması için alınması gereken önlemler şunlardır:

- Bankacılık sistemlerinin kullanılması
- Tahsilatın gerçekleşeceği büroların pazara yakın olması
- Vadesi yaklaşan veya gelmekte olan ödemelerin hatırlatmalarının yapılması bunun içinde finansal yöneticilerinin alacaklarını takvimsel olarak düzenlemeleri gerekmektedir.
- Müşterilere alternatif ödeme planları oluşturarak ödemelerin gecikmesinin veya şüpheli duruma düşmesini en az seviyeye getirmek

2.2.3.2.Borç ve Ödeme Süresi

2.2.3.2.1.Borç süresinde etkinliği arttırıcı önlemler:

İşletmelerin faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için gerekli olan malzemelerinin temini için veya hizmet alımı, finansman ve sermaye ihtiyacını karşılamak amacı ile borçlanma yoluna gidebilmektedir. Bu kapsamda çalışan yöneticiler ihtiyaç duyulan tutarı borçlanma maliyetlerinin düşük olduğu ödenmelerde borçlanmaya giderek karlılıkta artışa gidebilirler. Yapılan mal ve hizmet alımlarının gerçekleşmelerinde uygun koşulların olduğu ortamda işletmelerin uzun vadeli borçlanmaya gitmeleri daha iyidir. Kısa vadede kendilerini zor durumda ödeme sıklığında bulamaktan kaçınmış olurlar.

Finansal yöneticilerin etkin bir borçlanma planlaması yapabilmeleri için almaları gereken tedbirler şunlardır:

- Yapılan borçların vade yapıları dikkate alınmalıdır. Buradaki sebepte vadesi gelen borçların aynı zamanda birikmesinin önüne geçmeyi sağlamaktadır.
- Finansal koşullar dikkate alınarak uygun olduğu koşullarda uzun vadeli borçlanma yoluna gidilmesi gerekmektedir.

2.2.3.2.2.Ödeme sürecinde etkinliği arttırıcı tedbirler:

İşletmeler için tahsilatların hemen teminin tam tersine işletmeler ödeme sürelerini uzun tutmak istemektedir. Buradaki amaç da işletmelerin ellerinde tuttıkları nakitleri ödeme

zamanları gelesiye kadar işleyerek gelir elde etme düşüncesidir. İşletmeler nakit çıkışlarını yavaşlatmak için ödemelerini, ödemenin son gününde yapmayı tercih ederler (Ata, 2009, s. 114).

Ödemelerinin ne kadar sıklıkla yapılması gerektiğini veya borçlarını ödeme süreleri açısından finansal yöneticiler matematiksel hesaplama sonucunda karar vermektedirler. Bu kapsamda kullanılan basitçe formül şu şekildedir (Niyazi, Finansal Yönetim, 2015, s. 461):

$$\text{Borç Devir Hızı} = \frac{\text{Net Kredili Satışlar}}{\text{Ortalama Ticari Borçlar}}$$

$$\text{Borç Ödeme Süresi} = \frac{365}{\text{Borç Devir Hızı}}$$

2.2.4. Alternatif Nakit Yönetim Teknikleri

2.2.4.1. Faktoring İşlemleri

İşletmelerin gerçekleştirdiği mal hizmet satışları sonrasında gerçekleşecek olan alacaklarının devredilmesi anlamına gelmektedir. Yani alacak hakkının faktoring firmalarına devredilmesi ve bu devir alacakların satışı şeklinde gerçekleşmektedir. Bu sayede firmaların alacaklarını devretmeleri yani satmaları sonucu fon sağlayan bir yönetim biçimidir. Satışların belirli tutarlar karşılığında satılmaktadır ve bu bedele de faktör bedeli de denilmektedir (Erdemol, 1992, s. 11).

Kredili satışlar gerçekleştiren firmaların alacaklarının faktoring firmalarına devredilmesi hususunda taraflar arasında imzalanan faktoring sözleşmesi koşullarına göre belirlenmektedir (Kaya B. , 2007, s. 122). Genel olarak faktoring işleminde:

- Satışın gerçekleştiği anda peşin ödenerek alacakların satışı gerçekleşmektedir. Firmalara alacakları karşılığında finansman ihtiyacını karşılamaktadır.
- İşletmelerin alacaklarının tahsil edilmesi hususunda istenmeyen şey alacakların şüpheli duruma geçmesidir. Bu faktoring işlem sayesinde bu ihtimal azalmaktadır ve alacaklar tahsil edilir.
- Satılan alacakların muhasebe kayıtlarının faktoring işletmeleri tarafından tutulması.
- Borçlu tarafın bilgilerini sürekli olarak günceller ve takip eder. Bu sayede borçlu firmanın ödeme sıkıntısı yaşama durumunun saptanması durumunda gerçekleşecek olumsuz koşulların üstlenmektedir. Bu sayede de firmaların tahsil edilememesi sıkıntısını ortadan kaldırmış olur.

Faktoring işletmeleri 3 çeşit işlem sunmaktadır. Bunlardan biri finansman işlemi bu işlem ile alacakların vadesi beklenmeden ödemenin %80'i peşin olarak satışının gerçekleştiği işlemidir

(Ekergil & Kalıpcı Çağırın, 2016, s. 219). Bu sayede alacakların ödenmeme riski de faktoring işletmesine devredilmiş olur. Diğer bir işlem de garanti işlem alacakların haciz durumuna geçmesi ve bu şekilde devredilmesi (temlik edilmesi) ile gerçekleşen işlemlerdir (Kaya B. , 2007, s. 121). Bu sayede alacaklarını satan işletme kendini tahsil edilememe konusunda garantiye almış olur. Son işlem de hizmet işlemi, alacağı devredilen mal ve hizmetlerin faktoring firmalar tarafından yönetilmesine ilişkin yapılan işlemleri kapsamaktadır (Kaya B. , 2007, s. 121).

2.2.4.2.Forfaiting İşlemleri

Mal ve hizmetlerin veya yatırım mallarının satışından kaynaklı olarak alacaklarının satışını ifade etmektedir. Forfaiting işlemlerinde genellikle yatırım mallarının (bono poliçe) forfaiting firmaları tarafından alınmasıdır (Kaya B. , 2007, s. 135). Satışında buradaki farklılık satışlardan doğan ve düzenli bir ödeme planı ile alacakların tahsil edilmesi, bunun için başvuru veya müracaat hakkı olmaksızın forfaiting firmalarına yada bankalara belirli iskonto tutarı ile satışının gerçekleşmesidir (Onursal, 2001, s. 23). Forfaiting işlemi ile ihracatçının uzun vadeli alacaklarını kısa vadede tahsil etmesini sağlamaktadır. Bu sayede ihracatçıya yani mal ve hizmet ya da kambiyo senet satışı gerçekleştiren firmanın finansman ihtiyacını gidermiş olmaktadır. Gerçekleşen bu ihracat yurt dışı bir satışlarından kaynaklı olarak uzun vadeli alacakları var ise bu alacağı kısa vadede almak istemektedir. Dış ticaret işlemlerinde katlanılması gereken riskleri de ortadan kaldırmış olur. Bu riskler kur riskleri, ülke riski, ticaret riski, faiz riskidir (Toroslu, 2022).

Forfaiting işlemini, kambiyo senedi iskontosundan ayrılması gerekmektedir. Firma elinde bulundurduğu kambiyo senedini bankaya iskonto ettirmesi ile tam olarak forfaiting işlemi gerçekleştirmiş olmaz. Bunun için ihracatçı malları ya da yatırım mallarını satışı gerçekleşmeden önce başvuru aşamasında iskontosu belirlenmektedir. Bu sayede ihracatçı ne tutarda iskonto edileceği yanı sıra bütün şartları da önceden bilmesinden kaynaklı olarak kendini güvenceye almış olur (Kaya B. , 2007, s. 135).

2.2.4.3.Barter Sistemi

İnsanların varlığından bu yana ya da ticaretin ilk dönemlerinden günümüze kadar gelen bir sistem şeklidir. Barter sistemi kişilerin mallarını takas etmeleri anlamına gelmektedir. Hiçbir şekilde somut bir para ödemesi olmaksızın malların takas edildiği bir sistemdir (Acar & Tekşen, 2007, s. 67).

Firmaların mallarını sadece takas ettikleri sistem şeklinde görülse de firmalar için önemli bir pazar kaynağıdır. Barter sistemi ile birçok satıcı ve alıcı bir araya gelmiş olur ve belirli koşullar veya şartlar içerisinde alışverişlerini gerçekleştirirler. Bu sistem içerisinde de

satıcıların ve alıcıların standartları farklıdır. Yani satıcı ve alıcılarının kendilerine uygun ekonomik koşulları sağlayan pazara ulaşmasını ve belirli şartlara sahip kişi veya kuruluşların alışveriş (takas) yapmak amacı ile toplandıkları sistemdir (Arzova, 2000, s. 1).

Firmalar için tam anlamı ile bir nakit girişi gerçekleşmemektedir. Fakat gerçekleşen takasla birlikte girdi maliyetlerinde azalma gerçekleşmektedir. Firmaların maliyetlerini azaltmaları ile gerçekleştirdikleri bir finansman sağladıkları bir sistemdir (Kılıçoğlu, Akaytay, & Bağdat, 2005, s. 7). Buna örnek olarak firmaların kredi kullanarak aldığı bir hammaddeyi veya bir malı Barter sistemi ile takas yolu ile aldıklarında firma bünyesinden nakdin çıkmaması ile birlikte kredi kullanımından doğan faiz yükünden de kurtulmuş olacaktır.

2.2.4.4. Leasing İşlemleri

Leasing kelime anlamı olarak da finansal kiralama olarak adlandırılmaktadır. Temel olarak leasing kavramı bir malın veya yatırım amacı ile bulundurulmuş malın belirlenen süreler içerisinde belirlenen kişiler tarafından belirli bir bedel karşılığında devredilmesi şeklinde gerçekleşmektedir (Kaya B. , 2007, s. 106). Malların kiracıya belirli koşullar karşılığında devredilmesi olarak kısaca özetleyebiliriz. Mal sahibi ve kiracı arasındaki ilişkiyi de yani kiracının ihtiyaç duyduğu malın temini için satıcı kuruluş ile anlaşılması aşamasında leasing işletmeleri yardımcı olmaktadır. Bu işlem sırasında malın "hukuki mülkiyeti"leasing şirketinde bulunmaktadır, "ekonomik mülkiyeti"ise kira bedelini ödemesinden kaynaklı olarak tamamen kiracıya aittir (Kaya B. , 2007, s. 106). Bu mallara örnek vermek gerekirse; fabrikalar, endüstriyel makineler, araçlar, inşaat makineleri gibi ve birçok şey sıralayabilir. Bu yöntem ile firmalar ödemeleri konusunda rahatlama yaşarken bir yandan da yapılacak yatırımlara da kaynak imkânı sunmaktadır. Diğer bir taraftan da kiralama işlemi gerçekleşirken yapılan anlaşmada para birimi de önemlidir. Bundan dolayı kiracı ve kiralayan kişi tarafında kur riski her zaman vardır. Kiralanan malın normal koşullarda hesaplanan amortisman yönteminin ve hurda değerinin saptanması hususunda kiralanan malın halinde teknolojik ürünün kullanım biçiminden ötürü hurda değerinde düşüşler gerçekleşmektedir ve amortisman konusu da kiralanan malın satıcı bilançosunda aktifinde kullanamadığından dolayı amortisman ayırma hakkı yoktur. Buna bağlı olarak amortisman ayıramadığından dolayı vergi avantajından da yararlanamamaktadır (Kaya B. , 2007, s. 113).

2.2.5. Nakit Bütçesi Hazırlama

Nakit bütçesi, işletmenin faaliyet süresince nakit giriş ve çıkışlarını dikkate alarak gelecek dönemlere dair nakit miktarı hesaplamalarındaki tahminler olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak nakit bütçeleri aylık, yıllık ve hatta dönemsel olarak hazırlanmaktadır fakat bunu haftalık veya günlük olarak da hazırlamak ve oluşturmak mümkündür. Firmaların bulunduğu

sektör yapısı da nakit bütçesi hazırlamada etkin bir rol oynamaktadır. Yapılan tahminler sonucunda işletmenin gelecek dönemlerde eğer nakit ihtiyacı var ise nerelerden temin edileceğine dair araştırmalar yapılırken fazla çıkması durumunda da hangi yatırım aracı kullanılarak değerlendirileceği hazırlanmaktadır (Aydın, Başar, & Coşkun, 2017, s. 167).

Nakit bütçesinin kapsamı sadece iki unsurdan oluşmaktadır ve bunlar nakit girişleri ve çıkışlarıdır. Nakit girişleri işletmenin faaliyetleri sürecinde satışlarından elde etmiş olduğu nakit ve alacaklarının tahsil edilmeleri dikkate alınarak belirlenmektedir. Nakit çıkışları da işletmenin ürünlerini üretebilmesi için ihtiyaç duyduğu malzeme alımları sonucunda gerçekleşen çıktılar, ücret ödemeleri, ödenmesi gereken veri ve diğer yükümlülükler, borçların anapara ve faiz ödemeleri ve pazarlama reklam harcamaları gibi unsurlarda çıktı kapsamına girmektedir. Bu kapsamda bütçe hazırlanmasında girdi ve çıktıların gerçekçi ve doğru bir şekilde düzenlenmesi geleceğe yönelik gerçeğe yakın tahminler elde edilmesi için önemlidir.

2.2.6.Likidite Planı Oluşturma:

Firmaların nakit giriş ve çıkışlarını dengede tutmak hatta asıl amaç firmaların çıktılarından çok girdilerinin olmasının beklentisidir. Bu şekilde firmanın karlılığı arttırmayı planlamaktadırlar. Bu kapsamda firma yöneticileri de likit düzeylerine ilişkin önceden tahminlerde bulunmaktadırlar. Bu doğrultuda firmaların likidite planlamalarını yapmaları gerekmektedir.

Firmaların likidite riski, girdi ve çıktılar arasındaki dengenin bozulması ile yani çıktıların girdilerden fazla olması durumunda ortaya çıkmaktadır. Likidite riskinin yönetimini, üst düzey yönetim veya Aktif Pasif Komitesi (APKO) şeklindeki yönetim birimleri yerine getirmektedir. Bu birimler ile likidite planları gerçekleşir ve oluşabilecek riskler göz önüne alınarak stratejiler geliştirilir ve yönetilir.

2.3.Nakit yönetiminde yaklaşımlar:

2.3.1.Optimum nakit düzeyinin belirlenmesine dair yaklaşımlar:

Nakit miktarının belirlenmesinde finans yöneticileri oluşabilecek her koşulu göz önüne alarak işletmenin faaliyet yapısı içerisinde maliyetlerini de dikkate alarak karlılık yapısını da dikkate alarak tahminlerde bulunması gerekmektedir.

Gelecekte nakit düzeyinde problemlerin (belirsizlik) olacağını gözlemleyen işletmeler, nakit akışlarında yavaşlama olacağını ve kaynak kullanımının maliyetli olduğu dönemlerde işletmeler daha fazla nakit bulundurma ihtiyacı duymaktadır. Bu sebeplerin varlığı söz konusu olduğu durumlarda fazla nakit bulundurmak istemektedirler. Bulundurulan nakit miktarının

ihyaıtan da fazla bulundurulması daha 6nce de belirtmiş olduğumuz fırsat maliyetine neden olmaktadır. Bu durumda işletmeler açısından katlanılmak istenmeyen bir maliyettir. Çünkü işletmelerin yatırım fırsatlarındaki artış ile katlanması gereken maliyette aynı oranda artacaktır (Powell, 2018, s. 1-11).

Finansal y6neticilerin nakit miktarını belirlemelerinde matematiksel ve matematiksel olmayan y6ntemler kullanılmaktadır. Matematiksel olmayan y6ntem daha fazla bilgi tecr6beye dayalı bir y6ntemdir. İşletmenin geçmişte uyguladığı nakit y6netim politikaları çerçevesinde, mevcut durumdaki gelir ve giderler kıyaslanarak bir etkin ve optimum nakit miktarının belirlendiği y6ntemidir. Matematiksel y6ntemde ise nesnel veriler kullanılarak işletmenin girdi ve çıktılara sebep olan veriler ile hesaplaması ile bilimsel olarak nakit miktarını belirlemektedir (Aksoy & Yalçıner, 2008, s. 300).

Optimum nakit miktarının belirlenmesinde kullanılan matematiksel y6ntemler aşağıdaki şekildedir.

- Baumol Modeli
- Miller-Orr Modeli
- Stone Modeli
- Brenek Modeli
- Modellerin Karşılaştırılması

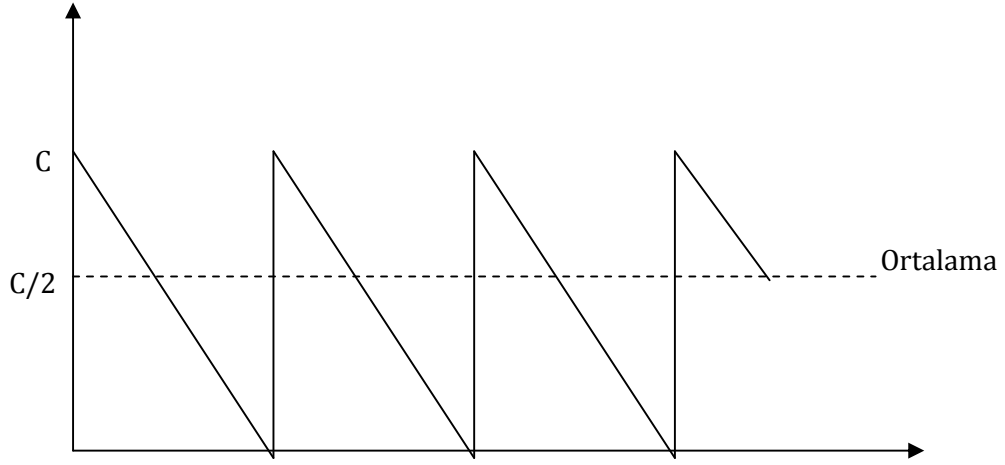
2.3.1.1. Baumol Modeli:

Firmaların ellerinde bulundurması gereken nakit tutarının belirlenmesinde kullanılması gereken ilk modeldir. 1952 yılında Willian T. Baumol tarafından sipariş miktarı modelinin (EOQ) nakit y6netimine uyarlanması ile gelişmiştir (Aytaç, 2016, s. 58).

Bu model ile firmaya girdi ve çıktılarının d6zenli olduğu varsayılmaktadır. Faaliyetlerin gerçekleşebilmesi için gerekli kaynak ve varlıklarının homojen bir şekilde dağılımının bulunduğunu belirtir (G6ng6r, 2009, s. 68).

Willian T. Baumol bu modeli ile nakit y6netimi konusuna bir 6z6m olarak g6sterilecek bir modeldir. Nakit (para) kavramı işletmelerin gelecekteki faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için belirli miktarda bulundurulması gerekmektedir ve elde bulundurması açısından stok gibi değerlendirilir (Akg6, 1998, s. 242). Bu da ne kadar nakit bulundurulursa o miktarda maliyet ile karşılaşılacağı anlamına gelmektedir. Yani elde bulundurulan nakit tutarı ile katlanması gereken maliyet doğru orantılıdır (Kireçtepe, 2010, s. 13).

Baumol modeline g6re firmanın nakit girişlerinin tahmin edilebildiği, nakit çıkışlarının ise d6nem içerisinde tekd6zen gerçekleşeceği, elde bulundurulan nakit miktarına ilişkin oluşacak alternatif maliyet oranında sabit olduğu ve işletmenin menkul kıymetlerinin nakde çevirirken sabit bir tutum sergileyeceğini kabul eder (Okka, 2006, s. 190).



Şekil 2.2. Baumol Nakit Modeli

Kaynak: Niyazi Berk, Finansal Yönetim, İstanbul, Türkmen Kitapevi,2002,s.124

Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere işletmenin girdi ve çıktıları denge ve bir uyum içerisindedir. İşletme C tutarında bir mal satışı gerçekleştirir ve elde etmiş olduğu nakdi çek hesabına aktarır. Daha sonrasında elde bulunan nakit harcadıkça sıfır noktasına yaklaşılır. İşletme sürekli olarak nakit giriş ve çıkışlarında bir sirkülasyon gerçekleştirmiş olur. C/2 noktası ise işletmenin ortalama nakit miktarını göstermektedir. Baumol modeline göre nakit bulundurma maliyeti şu şekilde formül ile ifade edilmektedir (Erdinç, 2008, s. 27):

$$\text{Nakit Bulundurmanın Toplam Maliyeti} = \left(b \times \frac{T}{C} \right) + \left(i \times \frac{C}{2} \right)$$

b: nakit fazlasını yatırma ya da nakit gereksiniminde menkul kıymetlerin alım satımlarından kaynaklı olan işlem maliyetini ifade eder.

T: faaliyet dönemi içerisinde ihtiyaç duyulan toplam nakit tutarını ifade etmektedir.

C: talep edilecek nakit miktarını ifade etmektedir.

i: nakit bulundurmanın alternatif maliyetini (faiz) verir.

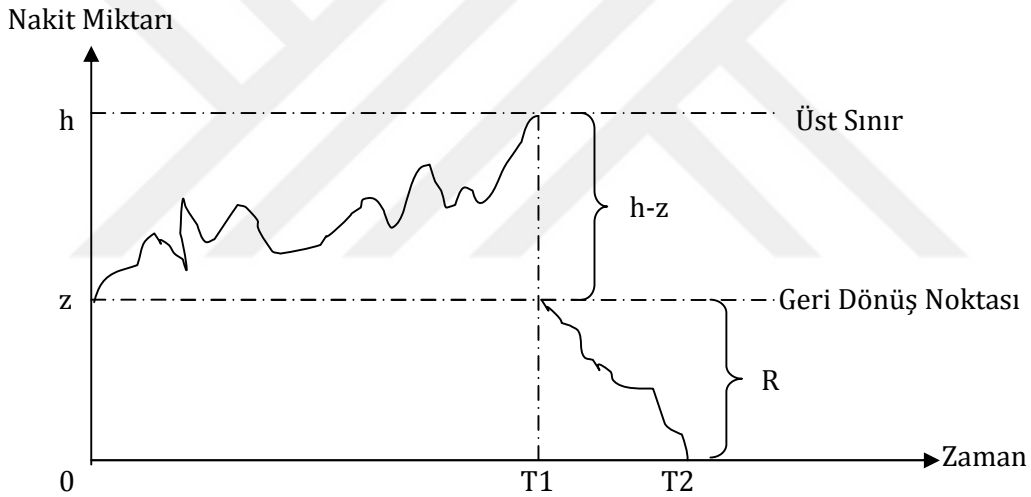
Bu model belirli varsayımlar üzerine kurulmuştur (Kaya B. , 2007, s. 55-56):

- İşletme sadece faaliyetleri sürecinde işlem güdüsü ile nakit ihtiyacında bulunmaktadır.
- İşletme nakit ihtiyacı olduğu durumda bunu borçlanarak ya da elinde bulundurduğu varlıkları satarak nakde çevirmesi ile nakit girişini sağlar ve bu dönem içerisinde aynı şekilde devam eder.
- İşletmenin yüklendiği borçlar ekstra masrafları da doğurmaktadır.

- Bütçe dönemi içerisinde işletmenin gerçekleştireceği nakit çıkışları dengeli olması gerekmektedir.
- İşletmeler nakdin elde bulundurulma maliyetini ve elde tutulan nakdi değerlendirmeleri gerekmektedir.

2.3.1.2. Miller-Orr Modeli

Miller-Orr modeli Baumol modelinin tam aksını savunmaktadır. Baumol modelinde işletmelerin nakit girişlerinin ve çıkışlarının dengeli ve aynı oranda olduğu savunulmaktadır. Fakat işletmeler faaliyetleri sırasında tahsil etmesi gereken nakdi erken tahsil edebilir ve bu nakit girişlerinde yükselişe neden olmaktadır. Tam tersi bazen de işletmeler beklenmedik harcamalar gerçekleştirebilir ve bu durumda da firmanın nakit çıkışlarında artış gözlemlenmektedir. Bu olayları dikkate alarak nakit giriş ve çıkışlarının hareketlerine göre nakit yönetimini gerçekleştiren çeşitli modeller vardır. Bu modelde 1966 yılında Merton Miller ve Daniel Orr tarafından geliştirilmiştir (Aytaç, 2016, s. 62).



Şekil 2.3. Miller-Orr Modeli Nakit Dalgaları

Kaynak: Tanrıverdi, M. (2019). İşletmelerde Nakit Yönetimi ve Nakit Dönüşüm Süresinin Üzerindeki Etkisi: BİST'te Bir Uygulama. *T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tez*, s.49

Yukarıdaki grafik incelendiğinde işletmenin elinde bulundurması gereken nakit miktarı h ile sıfır arasındadır. İşletme T_1 zaman sonra bulunduğu konuma geldiğinde Miller-Orr modeline göre elinde maksimum nakit bulundurduğunu ve bu nakdi menkul kıymetlere yatırarak dengelemesi gerekmektedir. T_2 zaman sonra firmanın nakit miktarında düşüş gerçekleştiğinde nakit miktarına ihtiyaç duyduğu görülmektedir ve elinde bulunan menkul kıymetleri nakde çevirerek fon ihtiyacını karşılamış olur. Bu sayede nakit miktarındaki artış ile birlikte nakit miktarı dengelenmiş olur. Miller-Orr modeline göre işletmelerin nakit

miktarının üst sınır ile geri dönüş noktası arasında olması dalgalanmaların gerçekleşmesi kabul edilmiştir.

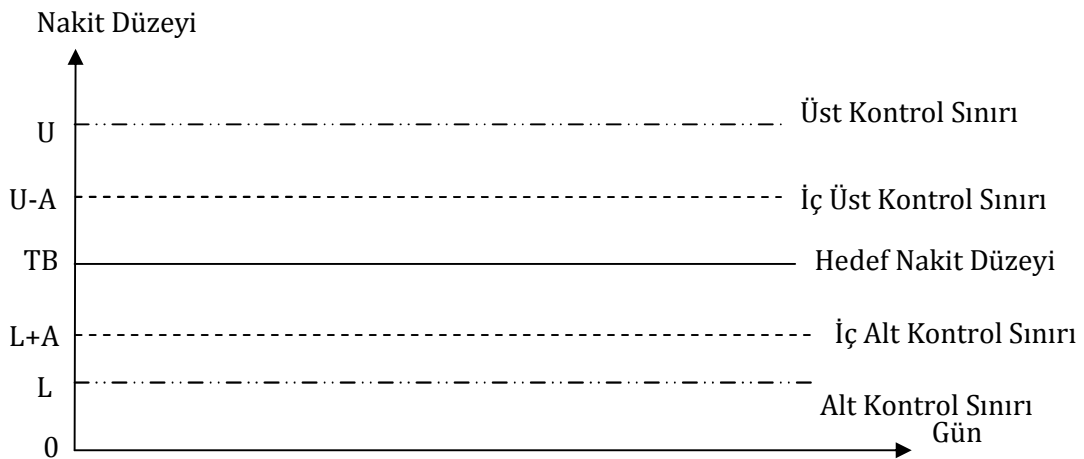
Miller-Orr modeline göre nakit giriş ve çıkışlarında artış ve azalışların olabileceği varsayımına göre üst sınır ve alt sınırların önceden bilindiği varsayılmaktadır. Üst sınır elde bulunan nakit fazlalığını gösterirken alt sınırdaki ise elde bulunan nakdin çıktığını (harcandığını) göstermektedir. Yani alt ve üst sınırlarda nakdin dalgalanacağı varsayılmaktadır.

Miller-Orr modeli şu varsayımlar doğrultusunda gerçekleşmektedir (Aytaç, 2016, s. 63-64).

- Elde bulundurulanan nakit ve menkul kıymetler özellikleri bakımından aralarında benzerlik olmalıdır.
- Elde bulundurulanan nakit ve menkul kıymetin alım ve satımlarından meydana gelen maliyetler sabittir.
- Alım ve satımlardaki döngü süreci çok kısadır.
- Modelin alt nakit sınırı tespit edilememektedir.
- Nakit miktarındaki dalgalanmalar tamamen rastlantısaldır.

2.3.1.3.Stone Modeli

Bernell K. Stone tarafından, nakit tutarının belirlenmesine yönelik diğer bir yöntem de stone modelidir. Bu model diğer Miller_Orr ve Baumol modelinin varsaymış olduğu nakit giriş ve çıkışlarının öngörülmesi veya öngörülmemesi varsayımlarının aksine belirsizlikten bahsetmektedir (Tanrıverdi, 2019, s. 55). Stone modeline göre faaliyet dönemi içerisinde işletmelerin nakit giriş ve çıkışlarının tutarlarının belli olmadığını öngörmektedir. Bu yöntem gerçek hayata daha çok uyum sağlayacak nakit bulundurma modelidir.



Kaynak: Kaya, Bilgen. (2007). İşletmelerde Nakit Yönetimi ve Bursa'daki Sanayi ve Ticaret İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma. *T.C. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*, s.67

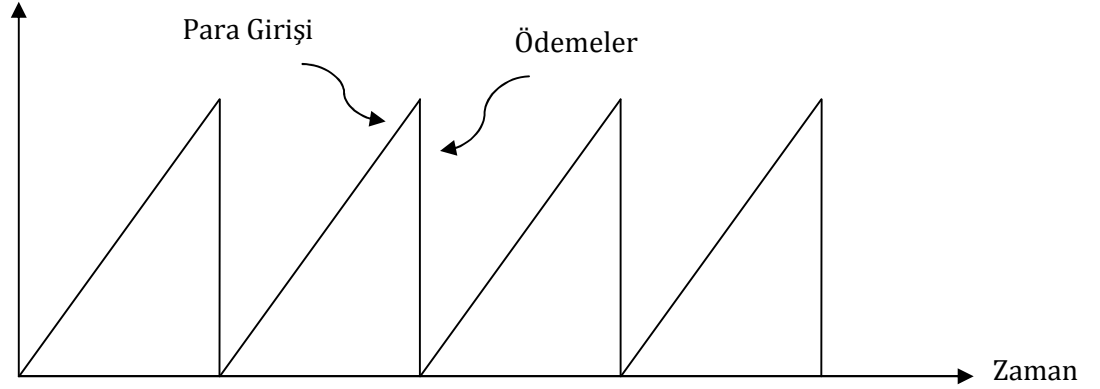
Yukarıdaki grafik incelendiğinde ilk akla gelen miller-orr modeline benzediği görülmektedir. Miller-Orr modelinde iki sınır belirlenirken alt sınır ve üst sınır şeklinde, stone modelinde ise buna ek olarak iç kontrol sınırları belirlenmektedir. Ayrıca hedef nakit düzeyinin belirlenmesi de modeli öne çıkaran özelliktir. İşletmelerin nakit hareketliliği belirlenen sınırlar içerisinde dalgalanma göstermesi beklenmektedir. Dalgalanmaların bu aralıkları aşması durumunda finansal yöneticiler müdahale ederek firmanın nakit miktarının optimum düzeye getirerek dengelemektedirler.

2.3.1.4. Beranek Modeli

İşletmenin optimum nakit miktarının ne kadar olacağına dair diğer bir model de William Beranek tarafından geliştirilmiştir. Bu modele göre firmaların elinde bulundurdukları nakit miktarından ziyade elde bulunan atıl fonların nerelerde değerlendireceği ya da ne kadarının menkul kıymetlere dönüştürüleceğın saptanmasıdır. Böylelikle işletmelerin karşılaştıkları fırsat maliyetine bir çözüm geliştirmektedir (Ata, 2009, s. 62). Bunun haricinde nakit eksikliği durumunda karşılaşılabilecek maliyetlere yönelik de çözüm geliştirmektedir.

Bu modele göre işletmelerin bulundurdukları nakit miktarının nasıl değerlendireceğine ya da ne kadar miktarının nakit olarak tutulacağına dair optimum çözüm bulunmasını sağlamaktadır. William Beranek'e göre işletmeye nakit girişinin sürekli olduğu fakat nakit çıkışlarının dönemsel olarak değiştiğini savunmaktadır. Nakit çıkışlarındaki değişikliği de işletme yöneticilerinden kaynaklı olduğunu ve Baumol modelinden ayıran özelliğın yöneticilerin bilgi ve tecrübelerinin kararlar üzerindeki etkilerinin nakit yönetiminde etkili olduğunu varsaymaktadır (Büker, Aşıkoğlu, & Sevil, 2014, s. 245). Buna örnek olarak işletme de toplu alınan hammaddenin ödemesinin toplu tek seferde yapılması veya kredi ödemelerinin tarihlerinin aynı ana getirilmesi gösterilebilir.

Para Mevcudu



Şekil 2.5. Beranek Modeli Nakit Hareketliği

Kaynak: Niyazi Berk, Finansal Yönetim, İstanbul, Türkmen Kitapevi, 2002, s.127

İşletmeye girişi gerçekleşen nakit miktarınca işletme yöneticileri tarafından ne kadar biriminin menkul kıymete yatırılacağı belirlenir ve denge sağlanmaktadır. Bu aşamada işletme yöneticileri, girişi gerçekleşen nakit miktarının menkul kıymetlere yatırılması sonucu sağlanacak olan gelir ile nakdi elde tutmanın maliyetini değerlendirerek nakit yönetimini gerçekleştirmesi gerekmektedir. Nakdin elde tutulmasından kaynaklı doğan maliyet miktarı ile menkul kıymete yatırılarak değerlendirilmesi sonucu sağlanan gelir miktarının eşit olduğu duruma da finans yöneticisi elindeki nakit miktarını menkul kıymetlere dönüştürerek değerlendirmelidir (Erdoğan, 2008, s. 31).

Beranek modeli belirli varsayımlar çerçevesinde gerçekleşmektedir. Bunlar: (Kaya B. , 2007, s. 64)

- Firma giriş ve çıkışlarının miktarında finans yöneticilerin rolü konusudur. Firmaya gerçekleşecek nakit girişlerinin firma yöneticilerinin kontrolü dışında gerçekleştiği fakat nakit çıkışlarının firma yöneticilerinin bilgi ve tecrübesine dayalı olarak gerçekleştiğini varsaymaktadır.
- Olası bir nakit yetersizliği durumunda firmanın katlanacağı maliyetler iki başlık altında toplanmıştır. Bu modele göre katlanılacak maliyetlerden biri firma nakit ıskontolarından yararlanmaz ve bu avantajı kaçırmamasından kaynaklı ikincisi de firmanın kredibilitesinin azalması ve buna bağlı olarak finansman sağlayacağı kurumlarında borçlanma maliyetinin yüksek çıkmasıdır.
- Nakit bulundurma işlemleri sırasında Beranek modeline göre işlem güdüsü yanında ihtiyat güdüsü ile de nakit bulundurulması gerekmektedir. Bunun sebebi de firmaya nakit

girişlerinin kontrol edilemediği varsayımından dolayı nakit yetersizliği durumunda firmaya maliyet yüklenmesidir.

- Bütçe dönemindeki nakit miktarına bağlı olarak firmanın nakit yetersizliği durumunda giderlerini gerçekleştiremeyecektir. Buna bağlı olarak elde bulundurulan ihtiyat güdüsü ile nakit miktarı arttıkça nakit yetersizliği durumunda katlanması gereken maliyet de azalmaktadır.

2.3.1.5.Modellerin Karşılaştırılması

İşletmelerin ellerinde bulundurmaları gereken nakit miktarının belirlenmesi en önemli hususlardan biridir. İşletmelerin nakit miktarlarına göre finansal yönetimlerinde de farklılıklar gözlemlenmektedir. İşletmelerin fazla fonlarının olması atıl kalması durumunda fırsat maliyetine katlanmak zorunda kalmasına neden olacaktır. Fazla fonların menkul değerlere dönüştürülerek değerlendirilmesi ve gelire dönüştürülmesi gerekmektedir. Tam aksi durumda yani nakit eksiğinin olduğu durumlarda işletmeler iki yola gitmeleri gerekmektedir. Eksiklik durumunda da borçlanma ile ya da işletmenin elinde bulunan menkul kıymetlerin nakde çevrilmesi ile finansman ihtiyacını karşılayabilirler. İşletmelerin nakit bulundurmaları kapsamında Baumol, Miller-Orr, Beranek ve Stone modelleri birbirleri ile bezer ve birbirinden ayırıcı özelliklere sahiptirler.

Modeller arasında karşılaştırma yaparsak eğer öncelikle Miller-Orr ve Baumol modelleri nakit tutarların menkul kıymetlere dönüştürülmesi hususunu dikkate almıştır fakat borçlanma konusunu dikkate almamış ve nakit eksiği durumunda menkul kıymetlerin nakde çevrilmesiyle nakit tutarında optimum seviyeye gelineceğini savunmaktadır (Niyazi, 2002, s. 128). İşletmelerin borçlanma ile fon sağlamaları menkul kıymetlerin nakde çevrilmesinden daha avantajlı olduğu zaman ve durumlarda vardır.

Miller-Orr modeli ile Stone modeli arasında benzerlikler ve farklılıklar söz konusudur. İki modelde de nakit miktarında da sınırlar belirlenmiştir. Fakat Miller-Orr modelinde nakit giriş ve çıkışlarının alt ve üst sınırlarının miktarlarının bilindiği varsayılmaktadır. Yani işletmeye giren nakit ve çıkışları sabit olduğu varsayılmaktadır. Stone modelinde eklenen kontrol sınırları sayesinde daha rasyonelliğe yakın ve nakit yönetiminin daha doğru sonuçlarla ilerlemesini sağlamaktadır (Kaya B. , 2007, s. 70).

2.3.2.Optimum Nakit Tutarının Belirlenmesinde Modern Yaklaşımlar

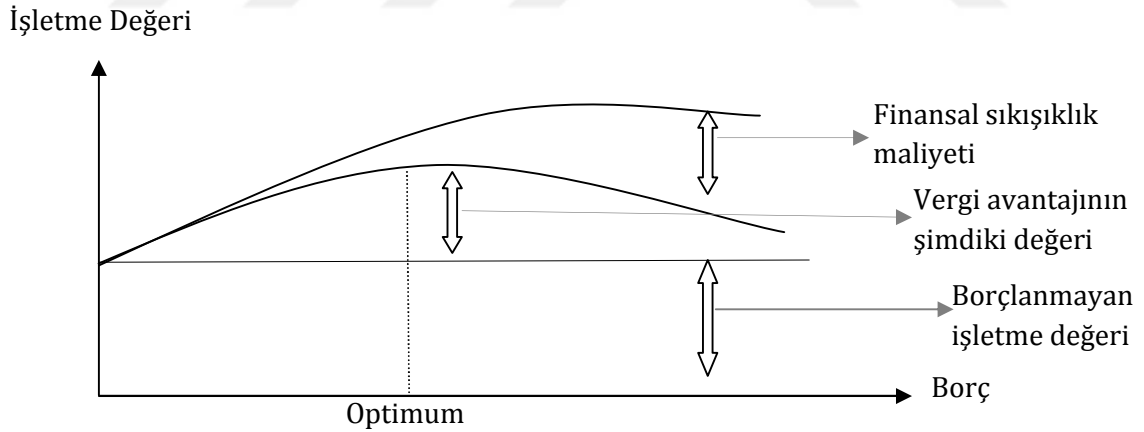
2.3.2.1.Dağıtım Modeli

İşletmeler nakit miktarlarını belirlerken belirli bir yöntemle dayalı olarak belirleme gerçekleştirirler. Bu dağılım modeline göre de işletmenin geçmiş nakit akımları dikkate alınarak değerlendirilir ve optimum nakit tutarı belirlenir. Dağılım modeline göre geçmiş

verilere göre belirlenen nakit tutarı belirli dönemlere dağıtılarak belirlenir. Yani günlük, haftalık veya aylık olarak bir dağılım sergiler ve bu dönemlere göre nakit tutarı belirlenir. Büyük olmayan nakit çıkışlarının da bu dağılıma göre gerçekleşmesidir. Yani finansal yöneticiler nakit miktarının fazla olduğu gün ya da haftalarda nakit çıkışlarını gerçekleştirirler (Miller & Stone, 1985, s. 336).

2.3.2.2.Denge Teorisi (Trade-Off Theory)

Denge teorisi, işletmelerin nakit bulundurmaları sonucunda firmanın avantaj ve dezavantajları arasında dengeyi sağlamaya yönelik bir teoridir. Yani işletmelerin nakit bulundurmaları sonucunda daha önce de bahsedildiği katlanması gereken maliyetler ile bulundurulan nakit miktarının menkul kıymetlere dönüştürülerek sağlanacak gelir arasında dengeyi hedefleyerek optimum nakit miktarının belirlenmesine yönelik bir teoridir (Ferreira & Vilela, 2004, s. 298). İşletmelerin atıl fonları bulundurması sonucunda fırsat maliyetine katlanması gerekmektedir. Bu teoride vergi unsuru da önemlidir. İşletmelerin borçlanmaya girmeleri de avantajlı olabilmektedir. İşletmeleri büyük sıkıntılara sokmayacak şekilde finansman gereksinimi borçlanma ile gerçekleştirmesi sonucu vergi avantajı ile karşılaşmaktadır (Erdemir, 2021, s. 59).



Şekil 2.6. Denge Teorisi Optimum Nakit seviyesi

Kaynak: Erdemir, A. (2021). İşletmelerde Nakit Yönetimi ve Karşılaştırmalı Analiz. *İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü Muhasebe ve Denetleme Yüksek Lisans Programı*, s. 59

Yukarıdaki şekil incelendiğinde işletmenin borçlanma seviyesi optimum noktasına kadar olması gerekmektedir. Finansal yöneticilerin optimum noktasından sonra da borçlanma ile

finansman sağlanması durumunda işletme faaliyetlerini sürdürme aşamasında sıkıntıya girmesine ve yüksek maliyetlere maruz kalmasına neden olacaktır.

Denge teorisinde işletmelerin optimum nakit tutarı belirlemesine yönelik işletmelerin bazı özelliklerine göre değişiklik gözlemlenmektedir. Bunlar (Ferreira & Vilela, 2004, s. 298-299):

- İşletmelerin kar payı ödemelerine göre optimum nakit miktarlarında değişiklik oluşturmaktadır. Temettü ödeyen firmaların, ödemesi gereken temettü tutarındaki düşmesi halinde maliyetlerde azalacak ve ayrıca fon sağlama kolaylığı sağlayacaktır. Diğer taraftan temettü ödemesi yapmayan firmalarda borçlanma ihtiyacı duymasından dolayı daha yüksek miktarlarda nakit bulundurması gerekmektedir.
- Denge teorisine göre yatırım olanakları yüksek olan işletmelerde tutulması gereken nakit miktarı da yüksek olması gerekmektedir. Çünkü işletmelerin yatırım yapmaları halinde finansal sıkışıklık durumunda kalma olanakları daha fazladır. Bu da işletmenin fırsat maliyetini azaltırken yatırıma bağlı maliyetleri arttıracaktır.
- İşletmelerin buldukları nakit varlığının yanı sıra nakde çevrilmesi kolay olan varlıklarının olması ve nakde ihtiyacı olduğu durumlarda bu varlıkları kullanarak ihtiyacını karşılayacağından dolayı buldukları nakit miktarı da daha az tutmalıdır.
- İşletmelerinin büyüklüklerine göre de denge teorisinde buldukları nakit miktarı da farklıdır. Büyük ölçekli işletmelerde finansal çerçevesi daha geniş olması ve borçlanma maliyetleri de düşüktür. Bundan dolayı firmaların nakit miktarları daha az tutmalarına neden olabilmektedir. Küçük ölçekli işletmeler dikkate alındığı durumlarda finans kuruluşları tarafından tanınmaması ve finans çevresinin dar olmasından kaynaklı olarak maliyetleri daha yüksektir ve bünyesinde tutması gereken nakit miktarı daha yüksektir.
- Nakit girişlerine göre de tutulması gereken nakit miktarına etkilemektedir. İşletmelerin nakit girişlerinin süreklilikleri ve girişlerinin belirli zamanda olmasına durumunda nakit miktarını az tutma yoluna gidecektir. Tam tersi durumunda nakit miktarı daha fazla tutması gerekmektedir.

2.3.2.3. Finansal Hiyerarşi Teorisi (Pecking Order Theory)

Finansal hiyerarşi teorisinde işletmelerin nakit ve benzeri kaynaklarının miktarından çok bulunan kaynakların kullanımının hiyerarşik bir şekilde olmasını savunmaktadır. Savunulan bu hiyerarşik yapıda ihtiyaç halinde veya yatırım yapmayı hedeflemesi taktirde ilk olarak işletmenin iç kaynaklarını kullanması, daha sonra ihtiyaç duyulan tutarın borçlanma ile sağlanması ve en son olarak özkaynaklarını kullanmaya gittiği bir hiyerarşik sıralamayı savunmaktadır. Bu sayede işletmenin finansal maliyetlerden korunacağını veya minimum seviyeye düşüreceğini öngörmektedir (Erdemir, 2021, s. 61). Bu teoride belirli bir nakit miktarının bulunmadığını, nakdin yatırımların gerçekleşebilmesi için kullanılacağını,

işletmeye sağlanan nakit akışlarının yeni yatırımları karşılayacağını ve kalan paranın biriktirilmesini düşüncesini savunmaktadır (Ferreira & Vilela, 2004, s. 300).

Finansal hiyerarşi teorisi 1984 yılında Stewart C. Myers tarafından ortaya çıkarılan bir teoridir. Bu teoriye göre yatırımların gerçekleşmesi için olması gereken hiyerarşik yapı şu şekilde olmalıdır (Myers, 1984, s. 581) .

- Hiyerarşinin ilk tabakası olarak işletmelerin yatırım yapmaları halinde ilk olarak iç kaynakları kullanmaları yani mevcut olan nakit ve nakit benzerlerini kullanmaları gerekmektedir.
- Kar payı yapan işletmelerin ödeme zamanlarını yapacakları yatırımlara göre belirlemesi gerekmektedir.
- Sabit bir kar payı politikası benimseyen işletmelerin yatırım fırsatları ile karlılıkları arasında hareketlilik gerçekleşebilmektedir. Yani işletmenin karlılık miktarı işletmenin yapacak olduğu yatırım tutarından az ya da fazla olabilir. Bu şekilde olan durumlarda işletme nakit akışlarının az olduğu durumlarda bünyesinde bulunan nakit ve menkul kıymetlerini kullanması gerekmektedir. Diğer yönden nakit akışlarının fazla olduğu durumda ise var olan borçlarını ödemesi ve nakit tutması ve menkul kıymetlerle değerlendirmesi gerekmektedir.

2.3.2.4.Serbest Nakit Akımları Teorisi (Free Cash Flow Theory)

Serbest nakit akımları teorisi, işletmenin hissedarları ile yöneticileri arasındaki çıkar çatışmalarını yani temettü ödemeleri ile yöneticilerin işletmenin kaynakları konusundaki kararlarının incelenmesidir. Serbest nakit akışı işletmenin değerine sahip projelerden sermaye maliyeti indirildiğinde, gerçekleşecek projelerden kalan kısmı kapsamaktadır (Jensen, 1986, s. 323).

İşletme yöneticilerinin ve hissedarların çıkarları açısından çatışmaların olmasındaki temel yöneticilerin ellerinde bulunan nakit ile yatırım yapmak istemeleri ve hissedarların dağıtılacak olan temettülerin yükselmesini beklemesidir. Dağıtılacak olan kar payının yükselmesi demek işletmenin elinde bulundurduğu nakdin yatırım fırsatlarında değerlendirilmesine yetmemesi olanağıdır. Bu açıdan da firma yöneticileri ile çatışmaya girmelerine neden olmaktadır. İşletmelerin nakit akışlarını karlı yatırım fırsatlarının olduğu zamanlarda yatırım ile değerlendirmeleri, karlı bir yatırım olanağı olmadığı durumda da temettü dağıtımını yapması iki taraflar arasındaki çatışmayı azalmaya ve firmanın verimliliğini arttırmaya yönelik bir adım olacaktır (Jensen, 1986, s. 323-324).

3. BÖLÜM

NAKİT YÖNETİMİ VE NAKİT AKIMLARININ FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: BİST TURİZM ENDEKSİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Firmaların nakit akımlarının firma performansına ilişkin birçok çalışma bulunmaktadır. Bu bölümde öncelikle nakit akımlarının firma performansına etkisi üzerinde uluslar ve uluslararası literatürde öne çıkan çalışmalardan bahsedilmiştir. Sonrasında çalışmamızın amacına uygun bir şekilde ilgili veri seti metodoloji detaylı şekilde anlatılmıştır. Sonrasında ise uygulanan model çerçevesinde elde edilen bulgular panel veri analiz yöntemi ile analiz edilmiş, değerlendirilmiş ve literatürle kıyaslamaları gerçekleştirilmiştir.

3.1. Literatür

Nakit yönetimlerinin, firma performansı kapsamında değerlendirilmesi ve sürdürülebilirliklerini sağlayabilmeleri için önem arz etmektedir. Bu kapsamda yapılan araştırmalarda kullanılan bir yöntem de panel veri analizi yöntemidir. Finansal yazını incelendiğinde yapılan çalışmalarının çoğunluğunda çalışma sermayesi yönetiminin firma performansı arasındaki ilişkiyi ve karlılık arasındaki ilişkiye yönelik birçok çalışma ile karşılaşmıştır. Nakit akımlarının etkisi üzerine yapılan birçok çalışma dikkate alınmıştır.

Jose, Lancaster ve Stevens (1996), çalışmada firma karlılığı ile yöneticilerin nakit ihtiyaçları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu kapsamda 20 yıllık bir zaman dilimi dikkate alınarak araştırma yapılmıştır. Daha sonrasında firmanın likidite yönetiminin ölçütü olarak nakit dönüşüm süresi ile alternatif karlılık arasında ilişki parametrik ve parametrik olmayan ve çoklu regresyon analizleri kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuç olarak işletmelerin çalışma sermayesinin yönetiminin firmaların karlılıklarını arttırdığını ortaya koymuştur (Jose, Lancaster, & Stevens, 1996, s. 33).

Kim, Mauer ve Sherman (1998), bu çalışmada 1975-1994 yılları arasında Amerika'da işlem gören 915 firmanın verileri incelenerek ve firmaların likit varlıklara yapmış oldukları yatırımların ampirik ve teorik olarak incelemiştir. Yapılan çalışmanın sonunda dış finans kaynaklarını kullanma maliyetlerinin yüksek olduğu, nakit girişlerinde dalgalanma seyreden ve varlıklarından elde ettiği gelirlerin düşük olduğu firmalarda likit varlıkların arasında finans araçlarının daha çok paya sahip olduğu sonucuna varılmıştır (Kim, Mauer, & Sherman, 1998, s. 335).

Goddard, Tavakoli ve Wilson (2005), yaptıkları çalışmada dinamik panel veri analizini kullanarak 5 farklı ülkeden 5000'in üzeri imalat firmalarının 1993-2001 yılları arasındaki finansal verilerini kullanarak karlılık oranını etkileyen değişkenleri analiz etmiştir. Çalışma sonucunda bir dönem gecikmeli gerçekleşen karlılık oranının, cari orandan ve pazar

payından pozitif, işletmenin büyüklüğünden ve borçlarından negatif yönlü etkilendiği tespit edilmiştir (Goddard, Tavakoli, & Wilson, 2005, s. 1269).

Albayrak ve Akbulut (2008), çalışmasında imalat ve hizmet sektöründe bulunan ve Borsa İstanbul'da işlem gören firmalar üzerinde karlılık düzeylerini etkileyen finansal göstergelerin neler olduğunu araştırmışlardır. Sonuç olarak da pozitif etkili olan finansal göstergeler piyasa değeri, kaldıraç oranı, stok devir hızı, işletme büyüklüğü ve finansal kaldıraç oranı olarak belirlenmiştir. Karlılık ile negatif yönlü göstergeler ise kaldıraç ve öz sermaye devir hızı olarak belirlenmiştir (Albayrak & Akbulut, 2008, s. 55).

Goddard, Tavakoli ve Wilson (2009), üretim işletmelerinin karlılıklarını ve büyüklüklerindeki değişimi incelemiştir. Bu çalışmasında 11 Avrupa ülkesindeki finansal verileri kullanmıştır. Çalışmada varılan sonuç ise karlılığın sürdürülebilmesi için bir yıllık rekabet üstünlüğü sağladığında bunu sonraki yıllarda da devam ettireceği savunulmaktadır (Goddard, Wilson, & Tavakoli, 2009, s. 495).

Karadeniz (2012), yapmış olduğu çalışmada İMKB'de işlem gören 2002-2010 tarihleri arasındaki otel ve lokantaların finansal verileri dikkate alınarak analiz yapılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda otel ve lokantaların nakit dönüşüm sürelerinin negatif bir ilişki olduğuna varılmıştır. İMKB'de bulunan üç firmanın de nakit dönüşümlerinin ortalamasını da negatif olduğu sonucuna varılmıştır (Karadeniz, 2012, s. 122).

Demireli, Başçı ve Karaca (2014), çalışmasında 1998-2010 yılları arasında sektörlerin işletme sermayesi ile karlılıkları arasındaki ilişkiyi sektörlerin ortalamalarından yararlanarak bir araştırma yapmıştır. Araştırmada yararlanılan sektörler İmalat Sektörü, Ticaret Sektörü, Madencilik Sektörü, Teknoloji Sektörü ve Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları Sektörlerinin ortalamalarından yararlanılmıştır ve araştırma analizi olarak panel regresyon analizi yöntemi uygulanmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda CO(cari oran), KO(kaldıraç oranı) ve DÖVTA (dönen varlık / toplam aktif) bağımlı değişken aktif karlılığını ve öz sermaye karlılığı açısından anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır (Demireli, Başçı, & Karaca, 2014, s. 79).

Sağlam ve Karaca (2015), çalışmasında çalışma sermayesinin firmanın karlılığı üzerinde etkilerine yönelik bir çalışma yapmışlardır. Bu kapsamda BİST'te işlem gören 17 tane tekstil sektöründeki firmaların 200-2012 yılları arasındaki finansal verileri incelenmiştir. Yapılan çalışmada panel veri analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda kısa vadeli borç ve toplam borç oranlarının işletmelerin karlılıklarını negatif etkilediği, cari oranın karlılığı etkileme konusunda anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Diğer değişkenlerinde (aktif devir hızı, net işletme sermayesi ve oranı, stok devir hızı, asit test oranı, alacak devir hızı ve nakit oranları)karlılık ile pozitif bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır (Sağlam & Karaca, 2015, s. 119).

Aytürk ve Yanık (2015), sermaye yönetim şeklinin firmanın karlılığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan araştırmayı Türkiye'deki KOBİ'lerin 2009-2013 boyunca 5 yıllık

verilerini panel veri analizini kullanarak analiz etmiştir. Türkiye'deki 1123 adet KOBİ'yi kapsayan çalışmada nakit döngüsü ile karlılık arasında negatif ilişki gözlemlenmiştir. Yani KOBİ'lerin nakdin yönetimi karlılığı arttırmaktadır (Aytürk & Yanık, 2015, s. 79).

Aissa ve Goaid (2016), çalışmada Tunus'ta bulunan 27 otelin karlılıklarını 2000-2010 yılları arasındaki finansal verilerini kullanarak analiz etmişti. Yapılan çalışmanın sonucunda firma yönetiminin firmaların karlılığında etkin bir rol oynadığını ve firmanın bulunduğu konum, destinasyona ulaşılabilirliğin ve çekiciliği, büyüklük, kaldıraç ve krizlere bağlı olarak firmaların karlılıkları da değiştiğini göstermektedir (Aissa & Goaid, 2016, s. 478).

Magoutas, Papadoudis ve Sfakianakis (2016), firmaların karlılığını nelerin etkilediğini araştırmışlardır ve araştırmalarında krizlerin etkilerini önemsememişlerdir. Yapılan çalışma 2005-2011 yılları arasında Yunan turizm sektöründe yer alan 4433 şirketin verilerini kullanarak analiz etmişlerdir. Yapılan çalışma sonucunda krizlerin firmaların karlılıklarını negatif etkilediği kesin olarak kanıtlanmış olup bununla birlikte pazar payının, maddi duran varlıkların ve yatırımların karı olumlu ve artırıcı olduğu belirlenmiştir (Magoutas, Papadoudis, & Sfakianakis, 2016, s. 11).

Erdoğan (2018), çalışmada BİST'te işlem gören turizm işletmelerinin 1988-2016 yılları arasındaki firmaların aktif karlılıklarının, öz kaynak karlılıklarının ve kar marjının firma performansını etkileme derecesi panel veri yöntemi kullanarak hesaplanmıştır. Bu çalışmanın sonucunda, kaldıraç etkisini yatırım fırsatları, işletme sermayesi devir hızı ve turizm sektöründeki firmaların sayıları ile aktif karlılığının negatif ilişkisinin olduğuna ayrıca satış hacmindeki artışların firmaların yatırım ve karlılıkları ile pozitif ilişkisinin olduğu saptanmıştır (Erdoğan, 2018, s. 101).

Dayı (2019), yapılan araştırmada işletmenin işletme sermayesi ile likidite arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. BİST 30'da işlem gören firmaların 2014-2018 4 yıllık finansal tabloları analiz edilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde de panel veri analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda işletmelerin car oran ve asit test oranı ile çalışma sermayesi ile ilişkisinin olmadığı saptanmıştır (Dayı, 2019, s. 157).

Çanakçıoğlu ve Ersan (2020), Borsa İstanbul'da işlem gören çimento firmalarının işletme sermayelerinin şirketin performansını ne derecede etkilediğini analiz edilmiştir. Araştırma firmaların 2003-2018 yılları arasındaki verileri panel veri seti kullanılarak hesaplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda nakde dönüşüm süresinin çimento firmalarının karlılığında etkisinin olmadığı bulgusuna varılmıştır. Diğer değişkenlere bakıldığında çimento fabrikalarının stok devir hızları ve kaldıraç oranlarının karlılık ile negatif, alacak devir hızı ile borç devir hızının karlılığa pozitif etkisinin bulunduğu saptanmıştır (Çanakçıoğlu & Ersan, 2020, s. 2749).

Erbul ve Özdemir (2021), yapmış oldukları çalışmada firmaların çalışma sermayeleri kapsamında yatırım ve finansman politikalarının firmaların karlılıkları üzerinde etkisini incelemiştir. Borsa İstanbul Yıldız Endeksi'nde işlem gören 44 işletmenin 2007-2016 yılları

arasındaki finansal verileri kullanılmıştır. Yapılan araştırmada panel veri analizi kullanılmıştır. Sonuç olarak işletmelerin benimsemiş olduğu çalışma sermayesi politikalarının belirlenmesinde dikkatli olunması yönünde bir sonuca ulaşılmıştır. Yapılan politikanın karlılığı etkilediği kanısına varılmıştır (Erbul & Özdemir, 2021, s. 335).

Yapılan literatür çalışmalarında işletmelerin işletme sermayelerinin firmalar üzerinde karlılıklarına yönelik çalışmaları yapılmıştır. Turizm sektörünün BİST’te işlem gören işletmeler üzerinde araştırmaların az olduğunu ve yapılan çalışmalarda kullanılan analiz yöntemlerinin farklı olduğu ve panel veri analizi ile yapılan bir araştırmaya denk gelinmemiştir.

3.2.Araştırma Metodolojisi

Bu bölümde analizde kullanılacak olan verilerin nereden ve hangi şirketlerden toplandığını ve sonrasında da analiz için kullanılacak olan panel veri yönteminden bahsedilmiştir. En son olarak da toplanan verilerin değişkenleri belirlenerek analizi yapılarak bulguları değerlendirilmiştir.

3.2.1.Araştırmanın Amacı ve Veri Seti

Bu çalışmanın temel amacı firmaların nakit yönetimleri hakkında detaylı bilgi vermeyi ve nakit akımlarının firma performansına olan etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır. 2012-2021 yılları arasında BİST Turizm Endeksi’nde bulunan AYCES, MARTI, PKENT, TEKTU, MAALT ETILR ve ULAS firmalarının finansal verilerini dikkate alarak değişkenler üzerinden panel veri modeli ile analiz edilmiştir.

Tablo 3.1. Araştırmada kullanılacak BİST’de işlem gören turizm işletmeleri

BİST İşlem Kodu	İşletmenin Adı
AYCES	Altinyunus Çeşme Turistik Tesisler Anonim Şirketi
MARTI	Martı Otel İşletmeleri Anonim Şirketi
PKENT	Petrokent Turizm A.Ş.
TEKTU	Tek_Art İnşaat Ticaret Turizm Sanayi Ve Yatırımlar Anonim Şirketi
MAALT	Marmaris Altinyunus Turistik Tesisler Anonim Şirketi
ETILR	Etiler Gıda Ve Ticari Yatırımlar Sanayi Ve Ticaret Anonim Şirketi
ULAS	Ulaşlar Turizm Yatırımları Ve Dayanıklı Tüketim Malları Ticaret Pazarlama Anonim Şirketi

Kaynak: Borsa İstanbul A.Ş. (<https://borsaistanbul.com/tr/>)

3.2.2.Araştırma Modeli

Panel veri analizi; zamanın belirli dönemindeki, birden çok kurumun verilerinin bir araya getirilerek analiz edildiği modeldir. Bu modele göre çok sayıda değişkeninin daha az doğrusallığının oluşabileceği, daha çok detaylı ve daha çok serbestlik seviyesini sağlayan bir modeldir (Gujarati, 2016, s. 406). Ekonomik alanda birden fazla kurumların (firmalar, hastaneler, ülkelerin gibi) kullandığı zaman dilimleri içerisindeki verilerin bir araya getirilerek analiz yapılması alanında kullanılan bir modeldir. Bu kapsamda yapılan analizler eğer zamana göre yapılıyor ise zaman serisi analizleri eğer birimlere göre yapılıyorsa yatay kesit analizi denilmektedir (Günay). Zaman serilerinin ve yatay kesit verilerinin kullanımı ile ekonomik tahminlerde bulunulmasında kullanılan yöntem “panel veri analizi” denilmektedir (Çelik & Kırıl, 2018, s. 1013).

Genel olarak panel veri analizinde yatay kesitlerin birim sayısı (N), dönem sayısı (T) fazla olduğu durumda karşılaşıldığı görülmektedir ve modeli şu şekildedir (Çelik & Kırıl, 2018, s. 1015).

$$Y_{it} = a + \sum_{k=1}^k \beta_k X_{kit} + u_{it} \quad i=1, \dots, N; \quad t=1, \dots, T; \quad k=1, 2, \dots, q$$

Yukarıdaki denklemde gösterilen terimlerin anlamları şu şekildedir.

Y: Bağımlı değişken

X_k : Bağımsız değişkenler

a: Sabit parametre

β_k : Eğim parametreleri

u_{it} : Hata

Diğer taraftan yukarıda gösterilen i ise yatay kesiti (firma, ülke, şehir gibi) anlamına gelirken, t ise zaman (gün, hafta, ay gibi) kavramı göstermektedir. Hata kavramı da sıfır ve sabit olduğu varsayılmaktadır (Çelik & Kırıl, 2018, s. 1015). Bu yöntemdeki sabit ve eğim parametreleri birimlere ve zamana göre yani iki kavrama göre değer almaktadır (Tatoğlu, 2013, s. 4). Yukarıdaki panel veri denkleminde bağımsız değişkenlerin, yatay kesitlerinin hepsinin aynı oranda etkilendiğini varsaymaktadır. Fakat bu olay birimlerin ve zaman çerçevesinde yaşanan olayların farklılaşması halinde varsayılan denklem yetersiz kalmaktadır. Bu aşamada da iki model vardır. Birincisi sabit etkili, ikincisi de tesadüfi etkili modeldir. Yatay kesitlerinin başlangıçlarının sabit olarak varsayıldığı modele sabit etkili model denilmektedir ve aşağıdaki denklem yardımı ile analiz edilmektedir (Kaya & Yılmaz, 2006, s. 69).

$$Y_{it} = \beta_{1i} + \beta_{2i} X_{2it} + \beta_{3i} X_{3it} + u_{it}, \quad \beta_{1j} \neq \beta_{1i}$$

Diğer modele göre de başlangıç noktalarını rassal değişken olarak kabul edilen tesadüfi etki modelidir. Bu modele göre de denklem şu şekildedir.

$$Y_{it} = \beta_{1i} + \beta_{2i}X_{2it} + \beta_{3i}X_{3it} + u_{it}, \quad \beta_{1j} \neq \beta_{1i} + \mu_i$$

Yukarıdaki denklemlerde bulunan parametre kavramının de tahmin edilmesinde Havuzlanmış En Küçük Kareler yöntemi kullanılmaktadır. Bu yöntemde göre birim ve zaman etkilerinin olmadığı sabit ve eğim parametrelerinin sabit olduğu varsayımları ile tahmin edilmektedir (Tatoğlu, 2013, s. 40).

Panel veri analizinde verilerin zaman içerisindeki değişimleri sabit varyansının ve ortalamalarının alınabiliyor olmaları gerekmektedir. Bunun olmadığı takdirde değişkenler arasında gerçek olmayan ilişkiler çıkmaktadır. Panel veri analizinde de sabit varyansın alındığı ve ortalamalarının alındığı durumlarda Dickey Fuller (ADF) ve Philips Peron (PP) test istatistiklerini kullanan Levin-Lin-Chu (LLC) ve bunun geliştirilmiş hali de Im-Pesaran-Shin (IPS) testleri çok sık kullanılan istatistiksel testlerdir (Şahin, 2011, s. 128).

3.2.3. Araştırmanın Yöntemi ve Analizi

2010-2021 yılları arasındaki BİST Turizm Endeksi'nde yer alan şirketlerin farklı değişkenler kullanılarak nakit akımlarının firma performansına etkisi araştırılmaktadır. Firma performansını etkisinin analiz edilmesi aşamasında işletmelerin faaliyetlerinden sağladıkları nakit akışları, finansman faaliyetlerinden kaynaklanan nakit akımları, yatırım faaliyetlerinden sağlanan nakit akımları ve net nakit akışları bağımsız değişken olarak kullanılırken, aktif karlılık (ROA), öz sermaye karlılığı (ROE) ve Tobin's q oranı bağımlı değişken olarak analize dahil edilmektedir. Ayrıca analize asit-test oranı, Pazar kapitalizasyonu ve toplam varlıklarda kontrol değişkeni olarak dahil edilmiştir. Analizde Panel Veri Analiz yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 3.2. Araştırma Değişkenleri

Bağımlı Değişkenler	Aktif Karlılık	ROA
	Öz Sermaye Karlılığı	ROE
	Tobin's Q Oranı	Tobin'q
Bağımsız Değişkenler	İşletme Faaliyetlerinden Nakit Akışı	IFN
	Yatırım Faaliyetlerinden Nakit Akışı	YFN
	Finansal Faaliyetlerden Nakit Akışı	FFN
Kontrol Değişkenleri	Asit-Test Oranı	ATO
	Toplam Varlık	TV

Tablo 3.2. de verilen araştırma değişkenleri olarak bağımlı, bağımsız ve kontrol değişkenleri verilmiştir. Modelin açıklama gücünün etkili olabilmesi için kontrol değişkenleri

kullanılmıştır. Kullanılan kontrol değişkenleri literatürde sıkça kullanılan değişkenler arasından seçilmiştir ve araştırmaya dahil edilmiştir.

Araştırmamız için kullanılan basit regresyonlar aşağıda gösterilmiştir:

$$ROA_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 IFN_{it} + \beta_2 FFN_{it} + \beta_3 YFN_{it} + \beta_4 ATO_{it} + \beta_5 TV_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$ROE_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 IFN_{it} + \beta_2 FFN_{it} + \beta_3 YFN_{it} + \beta_4 ATO_{it} + \beta_5 TV_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$TOBİN'SQ_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 IFN_{it} + \beta_2 FFN_{it} + \beta_3 YFN_{it} + \beta_4 ATO_{it} + \beta_5 TV_{it} + \varepsilon_{it}$$

Tablo 3.3.: Tanımlayıcı İstatistik Bilgileri

	TOBINS	ROA	ROE	IFN	YFN	FFN	ATO	TV
Ortalama	10,41075	3,828	-6,07675	5504,775	7807,825	5192,875	2,702875	11,6123
Medyan	1,935	1,495	0,74	1854,5	2148,5	-1	0,93	11,44366
Maksimum	184,2	48,1	95,1	84581	135945	107922	17,53	14,49396
Minimum	0,21	-77,35	-356,52	-50717	-29537	-45353	0,1	8,516993
Standart Sapma	29,0931	15,73387	52,89011	19633,17	21893	21915,29	4,249867	1,389179
Çarpıklık	4,538006	-0,815491	-4,016682	1,723868	3,409108	2,326088	2,177209	0,217203
Basıklık	24,31756	11,73953	26,46514	8,468786	18,26203	11,97036	6,753606	2,556856
Jarque-Bera	1789,375	263,4652	2050,492	139,315	931,3925	340,3667	110,1684	1,283615
Olasılık	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,05263
Gözlemler	80	80	80	80	80	80	80	80

Analizde kullanılacak bağımlı ve bağımsız değişkenleri tamamlayıcı istatistiksel sonuçları Tablo 3.3. de gösterilmektedir. Yukarıdaki tabloda her değişkenlerin istatistiksel sonuçlarına ulaşılabilmesi için 80 gözlem dikkate alınarak analiz yapılmıştır.

Tablo 3.4.: Kullanılan Değişkenlere Ait Korelasyon Matrisi

	TOBINS	ROA	ROE	IFN	YFN	FFN	ATO	TV
TOBINS	1							
ROA	0,278053	1						
ROE	0,188382	0,495632	1					
IFN	0,326484	0,161253	0,311625	1				
YFN	0,053988	-0,11575	0,026354	0,16442	1			
FFN	-0,08364	-0,08799	-0,16056	-0,36107	0,679634	1		
ATO	0,337107	0,26358	0,234534	0,223595	-0,08596	-0,02634	1	
TV	0,08588	0,079924	-0,21625	0,23277	0,369234	0,213079	-0,15033	1

Tablo 3.4. de kullanılan değişkenlere yönelik korelasyon matrisi gösterilmektedir. Korelasyon matrisinin verileri incelendiğinde yüksek seviyede değişkenler arasında korelasyona saptanmadığı görülmektedir.

Tablo 3.5.: Modellere İlişkin Havuzlanmış OLS Sonuçları

	Model 1 Bağımlı Değişken Tobins'q		Model 1 Bağımlı Değişken ROA		Model 1 Bağımlı Değişken ROE	
IFN	0,000323	0,1669	0,00013	0,3206	0,000751	0.0738*
FFN	-5,99E-05	0,821	8,76E-05	0,5572	-0,00028	0,5548
YFN	6,39E-05	0,7985	-0,000187	0,1874	0,000443	0,3244
ATO	2,06902	0.0108**	0,852268	0.0596*	1,733433	0,2255
TV	1,517951	0,5416	1,660783	0,237	-11,54363	0.0112**
C	-14,77294	0,6091	-17,47493	0,284	117,1467	0,026
R-kare	0,185601		0,117911		0,208652	
Prob(F-istatistik)	0,008451		0,091759		0,003406	

*,** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 3.5. de OLS sonuçları gösterilmiştir. OLS sonuçları için her bağımlı değişkenler (ROA, ROE ve Tobins'q) dikkate alınarak üç panel oluşturularak analiz yapılmıştır. Havuzlanmış OLS testi sonucunda aktif karlılığı, asit test oranının etkilediğini ve %10 anlamlı olduğu ve öz sermaye karlılığı ise işletmelerin faaliyetlerinden sağladığı nakit akımlarının ayrıca toplam varlıkların etkilediği sonucuna varılmıştır. Anlamlılıkları ise işletmelerin faaliyetlerinden sağlanan nakit akımlarının %10 ve toplam varlıkların %5 anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 3.6.: Hausman Testi Sonuçları

	Model 1 Bağımlı Değişken Tobins'q	Model 1 Bağımlı Değişken ROA	Model 1 Bağımlı Değişken ROE
Ki-Kare İstatistiği	19,786657	13,363203	24,6304
Prob.	0.001***	0.0202***	0.0002***

*,** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Hausman testi ile araştırma için en uygun modelin bulunmasına yönelik bir analiz yapılmıştır. Yapılan Hausman Testi sonucunda Tablo 3.6. gösterilen sonuçlara göre araştırma için en uygun sabit etkiler modeli olduğu sonucuna varılmıştır. Modellerdeki bağımlı değişkenlerin problemlerinde %1 düzeyinde anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 3.7.: Sabit Etkiler Modeline İlişkin Sonuçlar

	Model 1 Bağımlı		Model 1 Bağımlı		Model 1 Bağımlı	
	Değişken Tabins'q		Değişken ROA		Değişken ROE	
IFN	0,000167	0,4469	4,65E-05	0,7109	0,00072	0.064*
FFN	5,33E-05	0,8292	8,48E-05	0,5494	-0,000232	0,5915
YFN	0,000107	0,6492	-0,000127	0,3472	0,000435	0,2924
ATO	-0,069867	0,9554	1,285892	0.0754*	2,495958	0,2557
TV	17,37092	0.002***	10,76086	0.001***	8,091821	0,4053
C	-193,1481	0,0033	-124,3125	0,0011	-112,9373	0,3128
R-kare	0,378187		0,303439		0,423627	
Prob(F-istatistik)	0,000656		0,010905		0,000087	

*,** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Yukarıda verilen sabit etkiler modeli sonucunda asit test oranının, toplam varlıkların ve işletmenin faaliyetlerinden sağlanan nakit akımlarının anlamlı olduğu sonucuna verilmiştir. Modellerin anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise ROA değişkeninde ise asit-test oranının %10 ve toplam varlık %1, ROE değişkeninde ise işletmenin faaliyet nakit akışlarının %10 anlamlı olduğu görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ulusal ve uluslararası birçok alanda nakit kavramı ihtiyaç duyulan ve işletmelerle birlikte bireysel ve ülke ekonomileri olarak önem içeren konu olmuştur. Artan rekabet ile birlikte özellikle firmaların nakit konusunda yardım almaları gerekmiştir. Bununla birlikte nakit yönetimi gündeme gelmeye başlamıştır. Nakit yönetiminin etkin ve verimli bir şekilde yapılması sektörde rekabet üstünlüğü sağladığından dolayı uzun süreli sürdürülebilirliği kesinleştirmiş olmaktadır. Nakit yönetimi kapsamında finans yöneticilerin vermiş olduğu kararlar firmayı her şekilde etkilemektedir. Finans yöneticilerin firma bünyesinde bulunan nakit miktarını belirlemesinde ve nakdi kullanacağı kaynaklarını belirlemesi firmayı olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir. Kısaca finans yöneticileri nakit girişleri ile çıkışları arasındaki dengeyi sağlamayı amaçlamaktadırlar. Buna bağlı olarak optimum nakit düzeyinin belirlenmesi veya nakit giriş ve çıkışlardaki dengenin sağlanması ile birlikte firma karlılıkları da olumlu olarak etkilenmektedir.

Turizm işletmeleri sektörleri içerisinde incelendiğinde en hassas yapıya sahip sektördür. Turizm kavramı sürekli gerçekleşen bir kavram değildir kendi içerisinde sınıflandırılan ve mevsimsel veya sezonluk gerçekleştirilen bir faaliyet yapısıdır. Bu yüzden de turizm işletmeleri faaliyetlerini devam ettirebilmeleri konusunda nakit yönetimini doğru bir şekilde gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Turizm verilerine bakıldığında 2019 yılına kadar artış görülmektedir. Bu çalışmada kullanılmış olan turizm işletmelerinin 2010-2021 yılları arasındaki finansal verileri dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Yapılmış olan çalışmada 2019'un Mart ayında başlayarak günümüzde de etkilerinin devam ettiği küresel salgından dolayı 2019 yılından itibaren düşüş gözlemlenmiştir. Bu düşüş ve küresel salgından kaynaklı olarak turizm işletmeleri özellikle turizm sektöründe yer alan oteller, apart ve pansiyon gibi firmalar faaliyetlerini durdurmuşlardır. Bundan dolayı yapılmış olan analizde küresel salgının etkileri dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışma 2012-2021 yılları arasında turizm işletmelerinin nakit yönetiminin ve nakit akımlarının firma performansına olan etkisini analiz etmiştir. BİST Turizm Endeksi'nde yer alan 7 işletmenin finansal verileri analiz edilmiştir. Birçok sektörün verilerinin analiz edilmesinde kullanılan ve finansal analiz yöntemlerinden biri olan Panel Veri Yöntemi kullanılmıştır. Panel veri analizinde zaman içerisinde değişen yanı sıra artış ve düşüş gösteren verilerin analiz edilmesinde kullanılmaktadır. Kullanılan yöntemde firmaların nakit akımlarındaki 2012-2021 yılları arasındaki değişimler dikkate alınmıştır.

Yapılan panel veri analizi sonucunda firmaların performanslarını nakit akımlarının etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırma sonucunda bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiye bakıldığında işletmelerin faaliyetlerinden sağladığı nakit akımlarının performansla ilişkin bağımlı değişken ile anlamlı düzeyde olduğu fakat finansal faaliyetlerinden sağlanan nakit akımlarında ve yatırımlardan sağlanan nakit akımlarının etkisinin anlamlı olmadığı görülmektedir. Kontrol değişkenlerinin bağımlı değişkenler

arasındaki ilişki incelendiğinde ise asit test oranının ve toplam varlıkların aktif karlılık kapsamında anlamlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Firmaların karlılıklarını ve performanslarını artırabilmeleri için işletmenin faaliyetlerinden sağlanan nakit akımları, asit test oranı ve toplam varlıkları konusunda dikkat etmesi gerekmektedir. Bu değişkenlerde gerçekleşebilecek bir düşüşün firmanın performansını olumsuz etkileyeceği aksi durumda işe performansı arttırıcı etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Gelecek çalışmalarda veri setinin genişletilmesi farklı ekonometrik modellerinin alınması, sektörlerin karşılaştırılması ve ülkelerin karşılaştırmalarının yapılması bu araştırma konusu çerçevesinde geliştirilmelidir.



KAYNAKÇA

- (tarih yok). Nisan 16, 2022 tarihinde ticimax: <https://www.ticimax.com/blog/nakit-akisi-yonetimi-hakkinda-5-onemli-baslik> adresinden alındı
- Acar, D., & Tekşen, Ö. (2007). Barter Sistemi ve Türk Vergi Mevzuatı Açısından Değerlendirilmesi. *Vergi Raporu Dergisi* (91), 66-73.
- Akaytay, A., Bağdat, A., & Kırhoğlu, H. (2005). Bir Alternatif Finansman Modeli: Barter İşlemleri ve Muhasebeleştirilmesi. *Kafkas Üniversitesi Dergisi* (15), 15-31.
- Akdoğan, N., & Tenker, N. (2007). *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akgüç, Ö. (1989). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Muhasebe Enstitüsü Eğitim ve Araştırma Vakfı Yayınları.
- Akgüç, Ö. (1998). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Akgüç, Ö. (1995). *Mali Tablolar Analizi*. İstanbul: Muhasebe Enstitüsü Yayınları.
- Akoğlan Kozan, M., Evren, S., & Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Turizm Araştırma Dergisi*, 1 (24), 7-22.
- Aksoy, A., & Yalçın, K. (2008). *İşletme Sermayesi Yönetimi*. Ankara: Gazi Kitap Evi.
- Albustanlıoğlu, T. (2009). *Başkent Üniversitesi. Seyahat Acenteciliği Ders Notları*: <http://acikerisim.baskent.edu.tr/bitstream/handle/11727/1921/ff9472e56b30a188a7b69f78aad0e83a.pdf?sequence=2&isAllowed=y> adresinden alınmıştır
- Altınkaynak, F., & Bilgiçli, İ. (2016). Turizm Endüstrisinin Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi; Ekonomi Paradigmasıyla Yaklaşım. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* (45), 560-580.
- Arzova, B. (2000). *Barter İşlemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Ata, A. H. (2009). *Krizde Nakit Yönetimi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Avcıkurt, C., & Yıldız, S. B. (2018). Turizmin Tarihsel Gelişme Süreci ve Turizmin Gelişmesine Etki Eden Faktörler. *Genel Turizm Bilgisi* (s. 46-65). içinde Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aydın, N. (2003). *Finansal Yönetim*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları .
- Aydın, N., Başar, M., & Coşkun, M. (2017). *Finansal Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydın, Y. (2019). *Nakit Yönetimi ve Firmaların Nakit Bulundurmasını Etkileyen Faktörler*. İstanbul: Kriter Yayınları.
- Aytaç, H. T. (2016). Konaklama İşletmelerinde Nakit Yönetimi Ve Bir Araştırma, (Yüksek Lisans Tezi), BALıkesir: *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*
- Aytürk, Y., & Yanık, S. (2015). Çalışma Sermayesi Yönetimi Türkiye'deki KOBİ'lerde Karlılığı Nasıl Etkiler? *Muhasebe ve Finansman Dergisi* (68), 157-168.
- Büker, S., Aşıkoğlu, R., & Sevil, G. (2014). *Finansal Yönetim*. Ankara: Sözkese Yayinevi.

- Ceylan, A., & Korkmaz, T. (2009). *İşletmelerde Finansal Yönetim*. Bursa: Ekin Basım Yayın.
- Çabuk, A., & Lazol, İ. (2005). *Mali Tablolar Analizi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çam, A. V. (2016). İşletmelerde Nakit Yönetimi Stratejilerinin Karlılık Üzerine Etkisi: İMKB'ye Kayıtlı Firmaların Üzerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Bilimsel Araştırma Dergisi*, 1 (1), 1-13.
- Çanakçıoğlu, M., & Ersan, O. (2020). İşletme Sermayesi Yönetiminin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi: Çimento Şirketi. *Journal of Business Research-Turk*, 3 (12), 2749-2763.
- Çeken, H., Dalgın, T., Ateşoğlu, L., & Karadağ, L. (2008). Turizm Talebine Bağlı Olarak Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Gelişmeler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* (22), 71-85.
- Çımat, A., & Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (6), 1-18.
- Dalgın, T., Karadağ, L., & Bingöl, Z. (2015). Türkiye'de Turizm Girişimciliğinin Gelişimi ve Turizmle İlgili Sağlanan Teşvikler. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 174-184.
- Dayı, F. (2019). Net İşletme Sermayesinin Likiditeye Etkisi: BIST 30 Şirketlerinde Bir Uygulama. *Kocatepe İİBF Dergisi*, 21 (1), 47-58.
- Demireli, E., Başçı, E. S., & Karaca, S. S. (2014). İşletme Sermayesi ve Performans Göstergeleri Arasındaki İlişkiler: Borsa İstanbul Üzerinde Bir Uygulama. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 5 (1), 79-98.
- Duman, T., & Kozak, M. (2013). Türk Turizm Ürünü: Rekabet ve Farklılaşma. *Anatolia: Turizm Araştırma Dergisi*, 24 (1), 109-121.
- Durgun, A. (2006). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği, (Yüksek Lisans Tezi), Isparta: T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Durğun, B., Durğun, F., & Dayanır, A. (2017). Ekonomik Büyüme, Çevre İçin Fırsat Maliyet Mi? Türkiye İçin Nedensellik Analizi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi* (ICOME 2017 Özel Sayı), 136-163.
- Egeli, H. A. (1997). Türk Turizminin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Diğer Sektörlerle İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (2), 111-133.
- Ekergil, V., & Kalıpçı Çağırın, F. (2016). Türkiye Muhasebe Standartlerinin Faktoring Muhasebe İşlemlerine Etkileri ve Uygulamada İskontolu Faktoring İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (30), 213-236.
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.
- Eralp, Z. (1974). *Turizmin Toplumsal Değişime Sosyo-Ekonomik Etkisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basınevi.
- Erbul, M., & Özdemir, F. S. (2021). Çalışma Sermayesi Yönetiminin Firma Performansı Üzerine Etkisi: Borsa İstanbul Yıldız Endeksinde Bir Uygulama. *Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisat ve İdari Bilimler Dergisi*, 14 (1), 335-348.
- Ercan, M. K., & Ban, Ü. (2010). *Finansal Yönetim*. Ankara: Gazi Kitabevi.

- Erdemir, A. (2021). İşletmelerde Nakit Yönetimi ve Karşılaştırmalı Analiz, (Yüksek Lisans Programı), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü
- Erdemol, H. (1992). *Factoring ve Forfaiting*. İstanbul: Akbank Yayınevi.
- Erdinç, S. B. (2008). Konaklama İşletmelerinde Nakit Yönetimi Etkinliğinin İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). *Antalya: Akdeniz Üniversitesi*.
- Erol, M. (2003). Nakit Kavramı Bağlamında Nakit Yönetimi ve Nakit Yönetiminde Nakit Akış Analizinin Yönetim Aracı Olarak Kullanılması. *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 97-106.
- Ferreira, M. A., & Vilela, A. S. (2004). Why do firms cash? Evidence form EMU countries. *European Financial Management*, 10 (2), 295-319.
- Galimidi, B. V. (2010). İşletmelerde Nakit Yönetimi ve Bu Çerçeve de Bir Finansal Analiz Örneği (Yüksek Lisans Tezi). *T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı*
- Güneş, R. (1997). Fırsat Maliyeti ve Fırsat Maliyetinin İşletme Yönetimi Kararlarında Kullanılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 77-94.
- Güngör, B. V. (2009). Bankacılıkta Nakit Yönetimi ve Toplu Ödeme Sisteminde Bir Uygulama, (Doktora Tezi), İstanbul: T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Güvemli, O. (1984). *İşletmelerde Finans Yönetimi*. İstanbul: Özden Kardeşler Matbaası.
- İçöz, O., & İçöz, O. (2018). Turizm Arz ve Talebi. A. Üniversitesi içinde, *Genel Turizm Bilgisi* (s. 90-123). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- İşevi, A. S., & Çelme, B. (2002). Bilgi Çağında Yeni Hazine: Entellektüel Sermayeye Rekabeti Yakalamak. 1. ÜNAK Genel Konferansı, (s. 1-16). Samsun.
- Jensen, M. C. (1986). Agency costs of free cash flow, corporate finance, and takeovers. *The American Economic Review*, 76 (2), 323-329.
- Karadeniz, E. (2012). Turizm Sektörünün Nakit Dönüşüm Süresinin Analizi: İMKB Turizm Şirketleri ve TCMB Sektör Bilançoları Üzerinde Bir Araştırma. *Çag Universtiy Journal of Social Sciences*, 1 (9), 122-145.
- Karadeniz, E., Beyazgül, M., Dalak, S., & Günay, F. (2017). Türk Turizm Sektöründe Finansman Kararlarının Alt Sektörler Kapsamında Karşılaştırmalı Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (2), 157-170.
- Karagöz, F., & Yıldız, M. S. (2015). Hastane İşletmelerinde Stok Yönetimi İçin ABC ve VED Analizlerinin Uygulanması. *Yönetim ve Ekonomi Araştırma Dergisi*, 13 (2), 375-396.
- Karataş, M., & Babür, S. (2013). Gelişen Dünya'da Turizm Sektörünün Yeri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013 (2), 15-24.
- Kaya, B. (2007). İşletmelerde Nakit Yönetimi ve Bursa'daki Sanayi ve Ticaret İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: T.C. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Keynes, J. M. (1937). Alternative Theories of the Rate of Interest. *The Economic Journal*, 241-252.

- Kılıçoğlu, H., Akaytay, A., & Bağdat, A. (2005). Bir Alternatif Finansman Modeli: Barter İşlemleri ve Muhasebeleştirilmesi. *Kafkas Üniversitesi Dergisi* , 15-31.
- Kireçtepe, N. (2010). Nakit Yönetiminde Yeni Oluşumlar Doğrudan Borçlandırma Sistemi Ve Toplu Ödeme Sistemi Üzerinde Bir Uygulama, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya: *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*
- Kobu, B. (2008). *Üretim Yönetimi*. İstanbul: Beta Basım.
- Koçak, N. (2018). Turizm Endüstrisinin Bileşenleri. A. Üniversitesi içinde, *Genel Turizm Bilgisi* (s. 66-88). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kozak, N., Kozak, A. M., & Kozak, M. (2011). *Genel Turizm İlkeler-Kavramalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kürklü, E. (2014). Nakit Yönetiminin Başarısının Sağlanmasında İç Kontrolün Rolü: Üretim ve Hizmet İşletmeleri Arasındaki Farklılıkların Tespiti. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 2 (2), 375-392.
- Larson, K. (1989). *Financial Accounting*. Boston: Irwin Publication.
- Miller, T. W., & Stone, B. K. (1985). Daily Cash Forecasting And Seasonal Resolution: Alternative Models And Techniques For Using The Distribution Approach. *The Journal of Financial And Quantitative Analysis* , 20 (3), 335-351.
- Myers, S. C. (1984). The Capital Structure Puzzle. *The Journal of Finance* , 39 (3), 575-592.
- Niyazi, B. (2002). *Finansal Yönetim* . İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Niyazi, B. (2015). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Okka, O. (2006). *Finansal Yönetime Giriş*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Olalı, H., & Korzay, M. (1989). *Otel İşletmeciliği*. İstanbul: Beta.
- Onursal, E. (2001). Kredili Satışların Orta Vadeli Satışlarına Yardımcı Bir Yöntem: Forfaiting. *Dış Ticaret Dergisi* (23), 66-87.
- Önal, Y. B. (1996). Nakit Yönetiminin Önemi ve İşleyişi-Türkiye Örneği. *Çukurova Sosyal Bilimler Dergisi* , 4 (4), 93-104.
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri*. Ankara: KÖK-SAV Vakfı Yayınları.
- Özkan, T. (2019). *Finansal Yönetim: Varlıkların Yönetimi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Pamukçu, A. B. (1999). *Finans Yönetimi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Powell, G. E. (2018). The Financial Determinants of Corporate Cash Holding For Indonesian Firms. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal* , 22 (1), 1-12.
- Poyraz, E. (2016). *Finansal Yönetim*. Bursa: Etkin Basım Yayın Dağıtım.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayınları.
- Roney, S. A. (2011). *Turizm: Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Sağlam, M., & Karaca, S. S. (2015). Çalışma Sermayesi Unsurlarının Firma Karlılığına Etkisi: Borsa İstanbul Şirketleri Üzerine Bir Uygulama. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 10 (1), 119-132.
- Saraç, M. (2010). *Finansal Yönetim*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Sarkım, M. (2008). Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri. 2. *Ulusal İktisat Kongresi* (s. 1-11). İzmir: DEÜ İ.İ.B.F. İktisat Bölümü.
- Sayılgan, G. (2017). *İşletme Finansmanı*. Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım.
- Sayılgan, G. (2003). *Soru ve Yanıtlarıyla İşletme Finansmanı*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Sevil, G., Başar, M., & Çoşkun, M. (2019). *Finansal Yönetim II*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Seyidoğlu, H. (1996). *Uluslararası Finans*. İstanbul: Gizem Yayınları.
- Şavlı, T. (2014). *Kamu Gözetimi Kurumu'nun finansal tablo formatına uygun örneklerle Uluslararası / Türkiye Finansal Raporlama Standartları*. Ankara: Yaklaşım Yayıncılık.
- Şenel, S. A. (2007). Turizm Sektöründe Yatırım Kararları. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 2007 (1), 1-12.
- Şentürk, A., & Özdilek, Ç. (2007). Antik Ve Modern Olimpiyat Oyunlarında Olimpiyat Atesinin Yakılması Sebepleri Ve Bu Güne Kadar Düzenlenen Oyunlarda Meşaleyi Taşıma Seremonileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (19), 217-230.
- T.C. Resmi Gazete. (2013, Eylül 6). *Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgeli İşletmelere Elektrik Enerjisi Desteği Hakkında Karar*. Şubat 18, 2022 tarihinde T.C. Resmi Gazete: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/09/20130906-3.htm> adresinden alındı
- Tanrıverdi, M. (2019). İşletmelerde Nakit Yönetimi ve Nakit Dönüşüm Süresinin Üzerindeki Etkisi: BİST'te Bir Uygulama, (Yüksek Lisans Tezi), Konya: *T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*
- Tokaç, A. (2018). *İşletmelerde Finansal Yönetim Becerileri*. İstanbul: Der Kitapevi.
- Toroslu, V. (2022, 05 18). *Forfaiting Finansman Tekniği*. Kobitel Kobilerin İş Portalı: <https://kobitek.com/forfaiting-finansman-teknigi> adresinden alınmıştır
- Toskay, T. (1983). *Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Türkay, B. (2015). Turizm İşletmelerinin Sosyo-Ekonomik Kalkınma Sağlayacağı Katkıların Analizi: Tekirdağ İli Örneği (Yüksek Lisans Tezi), Tekirdağ: *T.C. Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*
- Türksoy, A. (2007). Konaklama İşletmelerinde Mali Başarısızlığa Yol Açan Etmenler. *Ege Akdeniz Bakış Dergisi*, 7 (1), 99-115.
- TÜRSAB. (tarih yok). TÜRSAB Türkiye Seyahat Acentaları Birliği: <https://www.tursab.org.tr/turizm-geliri/turizm-giderleri-2003-2020> adresinden alınmıştır

Usta, Ö. (2008). *İşletme Finansası ve Finansal Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Usta, Ö. (2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Weston, J. F., & Copeland, T. E. (1992). *Managerial Finance*. Orlando-Florida: Dryden Pres.

Yeşiltaş, M. (2018). Turizmin Genel Yapısı ve Temel Kavramlar. A. Üniversitesi içinde, *Genel Turizm Bilgisi* (s. 2-18). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.

Yıldıztekin, İ. (2005). Kalite Maliyetleri Ölçümlerinde Belirlenen Fırsat Maliyetleri. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19 (1), 402-422.



EKLER



EK-1 Nakit Akım Tablosu

NAKİT AKIM TABLOSU (.....TL)		
	Cari Dönem	Önceki Dönem
A. İŞLETME FAALİYETLERİNE İLİŞKİN NAKİT AKIŞI		
1. Esas Faaliyet Gelirlerinden Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
a) Satışlardan Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
b) Gelirlerden Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
2. Esas Faaliyet Giderlerinden Sağlanan Nakit Çıkışlar (-)		
a) Satılan Mal Ve Hizmet Maliyetleri Ve Stok Değişimlerine İlişkin Nakit Çıkışları (+)		
b) Faaliyet Giderlerine İlişkin Nakit Çıkışları (+)		
Esas Faaliyet Sonucu Sağlanan Net Nakit Akışı (1-2)		
3. Diğer Gelir Ve Karlardan Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
4. Diğer Gider Ve Zararlardan Kaynaklanan Nakit Çıkışları (-)		
5. Finansman Giderlerinden Kaynaklanan Nakit Çıkışları (-)		
6. İşletme Faaliyetleriyle İlgili Varlık Ve Yabancı Kaynaklardaki Değişikliklere İlişkin Nakit Akışları (+) (-)		
a) Varlık Artışları (-)		
b) Varlık Azalışları (+)		
c) Yabancı Kaynak Artışları (+)		
d) Yabancı Kaynak Azalışları (-)		
7. Dönem Karı Vergi Ve Diğer Yasal Yükümlülüklerle İlişkin Nakit Çıkışları (-)		
a) Önceki Dönem Karından Ödenen (+)		
b) Geçici Vergiler (+)		
B. YATIRIM FAALİYETLERİNE İLİŞKİN NAKİT AKIŞLARI		
1. Yatırım Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
a) Mali Duran Varlık Satışlarından Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
b) Maddi Duran Varlık Satışlarından Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
c) Diğer Duran Varlık Satışlarından Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
d) Mali Duran Varlıklarla İlgili Alınan Temettülerden Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
e) Yatırım Faaliyetleriyle İlgili Faizlerden Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
f) Üçüncü Kişilere Verilen Avans Ve Kredilere İlişkin Tahsilatlardan Sağlanan Nakit Girişleri (+)		
g) Diğer Yatırım Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Girişleri (+)		

2.	Yatırım Faaliyetlerine İlişkin Nakit Çıkışları (-)		
a)	Mali Duran Varlık Alışları (+)		
b)	Maddi Duran Varlık Alışları (+)		
c)	Maddi Olmayan Duran Varlık Alışları (+)		
d)	Özel Tükenmeye Tabi Varlıklardaki Artışlar (+)		
e)	Diğer Duran Varlık Artışları (+)		
f)	Üçüncü Kişilere Verilen Avans Ve Kredilerle İlgili Nakit Çıkışları (+)		
g)	Diğer Yatırım Faaliyetiyle İlgili Nakit Çıkışları (+)		
C.	FİNANSMAN FAALİYETLERİNE İLİŞKİN NAKİT AKIŞLARI		
1.	Finansman Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit Girişleri		
a)	Kısa Vadeli Mali Borçlardan Sağlanan Nakit (+)		
b)	Uzun Vadeli Mali Borçlardan Sağlanan Nakit (+)		
c)	Sermaye Artırımınsan Sağlanan Nakit (+)		
d)	Hisse Senedi İhraç Primlerinden Sağlanan Nakit (+)		
e)	Diğer Finansman Faaliyetlerinden Sağlanan Nakit (+)		
2.	Finansman Faaliyetlerine İlişkin Nakit Çıkışları		
a)	Kıza Vadeli Mali Borç Ödemeleri (-)		
b)	Uzun Vadeli Mali Borç Ödemeleri (-)		
c)	Ödenen Temettüleri (-)		
d)	Sermayenin Azaltılması (-)		
e)	Diğer Finansman Faaliyetlerine İlişkin Nakit Çıkışları (-)		
D.	KUR FARKLARININ NAKİT VE NAKİT BENZERİNE ETKİLERİ (+),(-)		
E.	NAKİT VE NAKİT BENZERLERİNDE MEYDANA GELEN NET ARTIŞ (+), AZALIŞ(-)		
F.	DÖNEM BAŞI NAKİT VE NAKİT BENZERLERİ MEVCUDU		
G.	DÖNEM SONU NAKİT VE NAKİT BENZERLERİ MEVCUDU		

Kaynak: Akdoğan, N., & Tenker, N., *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri*,12.Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara, 2007, s.363-365

