

BİM MAĞAZALAR ZİNCİRİ VE TÜRKİYE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN FİNANSAL PERFORMANSLARININ KARŞILAŞTIRILMASI: BİLANÇO VE GELİR TABLOLARI ÜZERİNE ORAN ANALİZİ YÖNTEMİYLE BİR ARAŞTIRMA*

COMPARISON OF FINANCIAL PERFORMANCES FOR BİM CHAIN STORES AND TURKEY RETAIL SECTOR: A STUDY WITH RATIO ANALYSIS ON BALANCE SHEET AND INCOME STATEMENTS

Hasan KAZAK/Genel Müdür

Mango Perakendecilik A.Ş., Adana/TÜRKİYE,

Email: hkazak@hotmail.com

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<p>Makale Geçmişi: Geliş: 28 Haziran 2018 Kabul: 25 Temmuz 2018</p>	<p>Perakende sektörü tüm ekonomilerde çok önemli bir yere sahiptir. Birçok sektörde üretim firmalarının ve dağıtım kanalındaki diğer üyelerin hayatiyetlerini devam ettirebilmeleri perakende sektörünün sağlıklı bir şekilde işleyebilmesine bağlıdır. Türkiye’de özellikle son on yılda perakende sektörünün verimliliği ile ilgili bir takım sorunların olduğu rekabette zorlandığı ve birçok performans göstergesinde gerilemelerin olduğu görülmektedir. Böyle bir dönemde perakende sektöründe discount (indirim) mağazacılık konseptinde 1995 yılından beri faaliyet gösteren, 2005 yılında halka açılan, 2017 yılı sonu itibariyle 6.765 mağaza sayısına ulaşan, perakende sektörünün çok önemli bir oyuncusu olarak sektörde adından sıkça söz ettiren BİM Birleşik Mağazacılık A.Ş.’ne daha yakından bakılması çok önemli veriler elde edilmesini sağlayacaktır.</p> <p>Perakende sektörünün geleceğine ışık tutmak adına sektörün en önemli temsilcisi olan BİM Mağazalar zinciri ile Türkiye perakende sektörünün finansal performans göstergelerinin karşılaştırılması önemli tespitlerin yapılmasına zemin hazırlayacaktır. Perakende sektörü bu karşılaştırma verilerini dikkate alarak kendisini olumlu yönde revize edebilirse ülke ekonomisi açısından çok daha iyi konuma ulaşabilecektir.</p> <p>Bu kapsamda 2011-2016 yılları arasında BİM Mağazalar zinciri ve Türkiye’de faaliyet gösteren perakende işletmelerinin finansal tablolarından faydalanılarak finansal performansları açısından bir farklılık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Karşılaştırmalarda ayrıca üretim sektörü verilerine de yer verilerek perakende sektörünün durumu daha net belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla Türkiye’de faaliyet gösteren 2011-2013 yılları arasında 500 perakende işletmesi ve</p>
<p>Anahtar Kelimeler: Perakende Sektörü, BİM Mağazalar zinciri, Finansal Performans, Sektör Bilançoları, Oran analizi</p>	
<p>DOI: 10.15637/jlecon.255</p>	
<p>JEL Kodu: M10, M40, G30</p>	

* Bu makale Gaziantep Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenen III. Uluslararası Mesleki Ve Teknik Bilimler Kongresi, 21-22 Haziran 2018, UMTEB-III, Gaziantep’te sözlü olarak sunulmuştur.

	<p>3.506 üretim işletmesi, 2014-2016 yılları arasında ise 591 perakende işletmesi ve 3.057 üretim işletmesinin finansal tabloları incelenmiştir. BİM Mağazalar Zinciri finansal verilerine ise halka açık bir şirket olması dolayısı ile kendi internet sayfası yatırımcı ilişkileri bölümünde yayınladığı 2011-2016 yılları arasındaki finansal tabloları incelenmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda Merkez Bankası sektör bilanço ve gelir tablolarından elde edilen sektör verileri oran analizi yöntemi ile analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları bulgular bölümünde geniş şekilde ele alınmıştır.</p>
--	--

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History: Received: 28 June 2018 Accepted: 25 July 2018</p>	<p>Retail industry holds a very significant position in all economies. In many sectors, that the production companies and other members in distribution channel can sustain their vitality depends mostly on efficient and effective performance of this retail industry. It is observed that in Turkey, there have existed some problems regarding the efficiency of retail industry especially for the last decade, and that it has been challenged in competition, which has resulted in regression in performance according to the indicators. In such a period, a close look at BİM Birleşik Mağazacılık A.Ş., a significant actor with the concept of “discount store” in retail industry, will enable us to gather valuable data as it has succeeded to reach the number of 6.765 stores in 2017 since it first started to carry on business in 1995, and was opened to public in 2005.</p> <p>To be able to provide an insight for the future of retail industry, financial performance of BIM chain stores is essential to be compared to that of overall retail industry in Turkey, which will help make some important points. If retail industry can positively review itself through the consideration of this comparison data, it will be able to achieve a higher position in terms of national economy.</p> <p>Within this framework, considering the financial statements of BIM chain stores and other retail businesses performing in Turkey between 2011 and 2016, it has been aimed in this study to identify whether there is a difference between their financial performances. The data on production sector has also been included in these comparisons in order to be able to better identify the condition of retail sector. With this respect, financial statements of 500 retail and 3.506 production businesses performing in Turkey between the years, 2011 and 2013, and those of 591 the former with 3.057 the latter between 2014-2016 have also been investigated. When it comes to financial data for BIM chain stores, their financial statements in the years, 2011-2016, published in the part “investor relations” of its own website have been investigated as it is a business open to public. Within the same direction of the objective of this study, the data obtained from prepared by the Central Bank of the Republic of Turkey sector balance sheet and income statement was analyzed through the ratio analysis technique. The results of the analysis have been extensively discussed in the findings section.</p>
<p>Keywords: Retail Sector, BIM Chain Stores, Financial Performance, Sector Balance-sheet, Ratio Analysis</p>	
<p>DOI: 10.15637/jlecon.255</p>	
<p>JEL Kodu: M10, M40, G30</p>	