

ÖZ

Yazar : Saltanat Şekekova
Üniversite : Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi
Anabilim Dalı : İşletme
Tezin Niteliği : Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı : XXI + 98
Mezuniyet Tarihi : 04.06.2010
Tez Danışmanı : Doç. Dr. Arman Teflik

GELENEKSEL FİNANSAL TABLOLAR ANALİZİ VE EKONOMİK KÂR YAKLAŞIMI: BİR REKLAM FİRMASINDA UYGULAMA

Bu çalışmada finansal tabloların oran yöntemi ile analizi ve ekonomik kâr yaklaşımı reklam sektöründe faaliyet gösteren bir firmada gösterilmiştir. Oran analizinin uygulanması suretiyle elde edilen bilgilerin, firma yönetimine firma ile ilgili çeşitli konularda alacağı kararlarda ışık tutmaları amaçlanmıştır. Ayrıca firmaların kârlılığı konusu hem geleneksel oran analizi açısından, hem de modern ekonomik kâr yaklaşımı açısından ele alınarak, bu iki yaklaşımın farklı sonuçlara ulaşırabileceği gösterilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde finansal tablo kavramı, finansal tabloların türleri gibi genel konular ele alınmıştır. Ayrıca çalışmanın uygulama kısmında örnek firmanın bilançosu, gelir tablosu ve nakit akım tablosu analize tabi tutulacağı nedeniyle, bu bölümde sözkonusu finansal tablolar daha ayrıntılı olarak incelenmiştir. Daha sonra finansal analiz tanımı, finansal analiz türleri ve finansal analiz teknikleri üzerinde durulmuştur. Finansal analiz teknikleri ayrı ayrı başlıklar altında ele alınmış ve bölümün sonunda oran analizi incelenmiştir. Oran analizinin incelenmesi sırasında oran analizinin tanımı ve oranların sınıflandırılması gibi konularla ilgili bilgiler verilmiştir. Likidite oranları, mali yapı oranları, faaliyet oranları ve kârlılık oranları ayrı ayrı başlıklar altında ele alınmıştır.

İkinci bölümde son yıllarda gittikçe önem kazanan ekonomik kâr yaklaşımı üzerinde durulmuştur. Bu bölümde ekonomik kâr ile muhasebe kârı arasındaki fark açıklanmış, ekonomik kârın hesaplanmasının firma açısından önemi ortaya konulmuştur. Ayrıca ekonomik kârın hesaplanmasında kullanılan sermaye maliyeti konusu, öz kaynak maliyeti, yabancı kaynak maliyeti ve ağırlıklı ortalama sermaye maliyeti gibi alt başlıklar altında incelenmiştir.

Çalışmanın en önemli kısmını üçüncü bölüm oluşturmaktadır. Bu bölümde birinci bölümde incelenen oran yöntemi ile analiz ve ikinci bölümde ele alınan ekonomik kâr yaklaşımı reklam firmasında uygulanmıştır. Üçüncü bölümün ilk kısmında örnek işletme ile ilgili kısaca bilgiler ve işletmenin birbirini izleyen üç faaliyet dönemine ilişkin bilançoları, gelir tabloları ve nakit akım tabloları yer almıştır. Daha sonra sözkonusu tablolar kullanılmak suretiyle reklam işletmesinin likidite, mali yapı, faaliyet ve kârlılık oranları hesaplanarak bu oranların değerlendirilmesi ve yorumu yapılmıştır. Üçüncü bölümün sonunda reklam firmasının üç faaliyet dönemine ilişkin ekonomik kârı hesaplanmıştır.

Reklam firmasında oran analizinin uygulanması sırasında şu sonuçlara ulaşılmıştır.

1. Reklam firmasının likidite durumunun analizinde firmanın oldukça yüksek bir borç ödeme gücüne sahip olduğu saptanmıştır. Ancak firmada gereğinden fazla nakit bulundurulduğu da görülmüştür.
2. Firmanın sağlam bir mali yapıya sahip olduğu ancak yabancı kaynaklardan yeterli ölçüde yararlanılmadığı görülmüştür.
3. Reklam işletmesinin çalışma durumunun analizinde alacak devir hızının azaldığı ve alacak tahsil süresinin gittikçe uzadığı saptanmıştır. Ayrıca çalışma durumunun analizi sırasında firmada aşırı net işletme sermayesinin olduğu tespit edilmiştir.
4. Geleneksel finansal analiz açısından işletme faaliyetlerinin oldukça kârlı olduğu görülmüştür.

Yönetim için işletme kârlılığının ilk önemli göstergesi, brüt satış kârı oranıdır. Kırgızistan gibi gelişmekte olan ülkelerde bu oran %50'den az olmamalıdır. Örnek işletmenin ilk yıl hariç bu standartlara uyduğu saptanmıştır. Ancak son yılda brüt satış kârı oranındaki düşüş eğilimi, yani satılan hizmetin maliyetinin net satışlardan hızlı artması bir başarısızlığa işaret edebilir.

Son yılda net satışlar üzerinden kârlılık oranlarında genel bir düşüş eğilimi gözlenmiştir. Bu durum krizden de kaynaklanabilir. Diğer kârlılık oranlarının düşme eğilimi göstermelerine rağmen, son yılda aktif kârlılık oranının yükselmesi Du Pont analizi yardımıyla açıklanmıştır.

Bütün bunlara rağmen, geleneksel finansal analizi kârlılığın ölçülmesinde sermaye maliyetini dikkate almadığından, yaratılan kârı doğru olarak ölçmede yetersizdir. Bu nedenle bu çalışmanın uygulama kısmında reklam işletmesinin ekonomik kârının hesaplanmasına yer verilmiştir.

Reklam firmasının üç faaliyet dönemine ilişkin ekonomik kârının hesaplanması sonucu, ekonomik kârın geleneksel gelir tablosunda raporlanan muhasebe kârı ile paralel olarak gelişme gösterdiği ancak muhasebe kârından az olduğu görülmüştür. Buna rağmen, her üç faaliyet dönemine ilişkin ekonomik kâr pozitif çıkmıştır. Pozitif çıkan ekonomik kâr, kullanılan sermayenin maliyetinin ne kadar üzerinde faaliyet kârı elde edildiğini göstermektedir. Yani firmanın gerçek anlamda kâr ettiği saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler

Finansal tablo, finansal analiz, oran analizi, ekonomik kâr, sermaye maliyeti.

КЫСКАЧА МАЗМУНУ

Даярдаган : Шекекова Салтанат
Университет : Кыргыз-Түрк Манас Университети
Багыты : Менеджмент
Иштин сыпаты : Магистердик Диссертация
Беттердин саны : XXI + 98
Бүтүрүү датасы : 04.06.2010
Илимий жетекчи : Доц. Др. Арман Тевфик

Бухгалтердик финансылык документтердин анализи жана экономикалык пайда: Реклама фирмасында колдонуу

Бул дипломдук иште бухгалтердик финансылык документтердин коэффициент методу менен анализи жана экономикалык пайда подходу реклама секторунда иш жүргүзгөн бир фирмада колдонулду. Коэффициент методу менен анализ, бул анализдин жардамы менен алынган информацияны фирманын жетекчилерине фр кандай чечимдерди кабыл алууда колдонуу максаты менен жүргүзүлдү. Айрыкча фирманын пайда алуу маселеси коэффициент методу менен анализдин жардамы менен жана заманбап экономикалык пайда подходуунун жардамы менен изилденип, бул эки подходуун ар башка натыйжаларды бере алганы көрсөтүлдү.

Дипломдук иштин биринчи бөлүмүндө бухгалтердик финансылык документ түшүнүгү, бухгалтердик финансылык документтердин түрлөрү сыяктуу жалпы темалар жөнүндө жазылды. Айрыкча дипломдук иштин практикалык бөлүгүндө үлгү фирманын балансынын, киреше-чыгым отчетунун жана акча каражаттардын кыймылы тууралуу отчетунун анализи жүргүзүлгөнү үчүн, бул бөлүмдө бул бухгалтердик финансылык документтер талданды. Андан кийин финансылык анализдин аныктамасы, финансылык анализдин түрлөрү жана финансылык анализдин техникалары (методдору) жөнүндө жазылды. Финансылык анализдин техникалары өз-өзүнчө темалар катары талданды жана бөлүмдүн аягында коэффициент методу менен анализ изилденди. Коэффициент методу менен анализ изилденгенде бул анализдин аныктамасы жана коэффициенттердин классификациясы сыяктуу темаларга тиешелүү информация берилди. Ликвиддик коэффициенттер, финансылык түзүлүш коэффициенттери, иш абалы коэффициенттери жана пайда коэффициенттери өз-өзүнчө темалар катары талданды.

Экинчи бөлүмдө акыркы жылдарда бара-бара өтө чоң мааниге ээ боло турган экономикалык пайда подходу жөнүндө жазылды. Бул бөлүмдө экономикалык пайда менен бухгалтердик пайда арасындагы айырма аныкталып, экономикалык пайданы эсептөөнүн фирма үчүн мааниси тууралуу айтылды. Айрыкча экономикалык пайданы эсептөөдө колдонулган капиталдын чыгымы темасы өз капиталдын чыгымы, үчүнчү жактардын капиталынын чыгымы жана орточо капиталдын чыгымы сыяктуу кичи темалардын жардамы менен изилденди.

Дипломдук иштин эң негизги бөлүгүн үчүнчү бөлүм түзүп турат. Бул бөлүмдө биринчи бөлүмдө изилденген коэффициент методу менен анализ жана экинчи бөлүмдө талданган экономикалык пайда подходу реклама фирмасында колдонулду. Үчүнчү бөлүмдүн алгачкы бөлүгүндө үлгү ишкана жөнүндө кыскача информация жана ишкананын үч жылга тиешелүү баланстары, киреше-чыгым отчеттору жана акча каражаттардын кыймылы тууралуу отчеттору жөнүндө жазылды. Андан кийин бул бухгалтердик финансылык документтер колдонулуп, реклама ишканасынын ликвиддик, финансылык түзүлүш, иш абалы жана пайда коэффициенттери эсептелди жана бул коэффициенттер бааланып жыйынтык чыгарылды. Үчүнчү бөлүмдүн аягында реклама фирмасынын үч жылга тиешелүү экономикалык пайдасы эсептелди.

Реклама фирмасында коэффициент методу менен анализди колдонуу менен төмөндөгүдөй жыйынтыктар чыгарылды.

1. Реклама фирмасынын ликвиддик абалынын анализинде фирманын карыздарды төлөө мүмкүнчүлүгү чоң экендиги аныкталды. Бирок фирмада ашык акча каражаттар бар экендиги да көрүлдү.
2. Фирманын финансылык түзүлүшү күчтүү экендиги бирок үчүнчү жактардын капиталын аз колдонгондугу көрүлдү.
3. Реклама фирмасынын иш абалынын анализинде башкаларга карызга берилген акчаны кайра алуу ылдамдыгынын азайганы жана мөөнөтүнүн өскөнү аныкталды. Айрыкча иш абалынын анализинде фирмада ашык накта иш капиталы бар экендиги да билинди.
4. Коэффициент методу менен анализ көз карашы менен фирма иш аракеттеринен жакшы пайда алганы көрүлдү.

Жетекчилер үчүн ишкананын пайда алуусунун алгачкы маанилүү көрсөткүчү сатыштардан түшкөн пайда коэффициенти. Бул коэффициент өнүккөн Батыш өлкөлөрүндө 33%дан аз болбошу керек. Кыргызстан сыяктуу өлкөлөрдө экономикалык туруксуздук натыйжасында бул коэффициенттин жалпы стандарты 50%га чейин чыгат. Үлгү ишкана биринчи жылдан башка жылдарда бул стандартка ылайык экендиги аныкталды. Бирок акыркы жылда сатыштардан түшкөн пайда коэффициентинин түшүү тенденциясы, башкача айтканда сатылган кызматка кеткен чыгымдардын накта сатуулардан бат өсүшү, иштердин жакшы жүрбөгөндүгүн көрсөтүшү мүмкүн.

Акыркы жылда накта сатуулардан түшкөн пайда коэффициенттеринде жалпы бир түшүү тенденциясы көрүлдү. Бул абалдын себеби кризис да болушу мүмкүн. Башка пайда коэффициенттеринин түшүшүнө карабастан, акыркы жылда актив пайда коэффициентинин өсүшү Ду Понт анализинин жардамы менен түшүндүрүлдү.

Булардын баардыгына карабастан, коэффициент методу менен анализ пайданы эсептегенде капиталдын чыгымдарын эске албагандыктан, түшкөн пайданы туура эсептөөдө жетишсиз болуп саналат. Ошон үчүн бул дипломдук иштин практикалык бөлүгүндө реклама фирмасынын экономикалык пайдасы эсептелди.

Реклама фирмасынын үч жылга тиешелүү экономикалык пайданын эсептелиши натыйжасында экономикалык пайда киреше-чыгым отчетундагы бухгалтердик пайда менен параллелдүү түрдө өзгөргөнү, бирок бухгалтердик пайдадан аз экендиги көрүлдү. Буга карабастан үч жылдын баардыгында экономикалык пайда оң сан болуп чыкты. Экономикалык пайданын оң сан болушу, колдонулган капиталдын чыгымдары эске алынганда, канчалык иш аракет пайдасы түшкөндүгүн көрсөтөт. Башкача айтканда фирманын чыныгы пайда алгандыгы аныкталды.

Ачкыч Сөздөр

Бухгалтердик финансылык документ, финансылык анализ, коэффициент методу менен анализ, экономикалык пайда, капиталдын чыгымдары.

АБСТРАКТ

Выполнила : Шекекова Салтанат
Университет : Кыргызско-Турецкий Университет Манас
Направление : Менеджмент
Вид дипломной работы : Магистерская Диссертация
Количество страниц : XXI + 98
Дата выпуска : 04.06.2010
Научный руководитель : Доц. Др. Арман Тевфик

Традиционный анализ документов бухгалтерской финансовой отчетности и экономическая прибыль: Применение в рекламной организации

В данной дипломной работе финансовый анализ методом расчёта коэффициентов и подход экономической прибыли были применены в фирме, осуществляющей деятельность в рекламном секторе. Финансовый анализ путём расчёта коэффициентов применялся с целью помочь руководству фирмы в принятии решений в различных сферах деятельности. Тема рентабельности предприятия исследовалась с точки зрения традиционного финансового анализа, а также с точки зрения подхода экономической прибыли и был продемонстрирован тот факт, что эти два подхода могут дать разные конечные результаты.

В первой главе дипломной работы были затронуты такие общие темы, как понятие бухгалтерского финансового документа, виды бухгалтерских финансовых документов. В связи с тем, что в практической части дипломной работы в финансовом анализе использовались баланс, отчёт о прибылях и убытках и отчёт о движении денежных средств рекламной фирмы, в первой главе выше помянутые виды бухгалтерских финансовых документов были изучены более тщательно. Далее упоминаются определение финансового анализа, виды финансового анализа и техники (методы) финансового анализа. Методы финансового анализа изучались каждый по отдельности, и в конце главы дошла очередь до анализа методом расчёта коэффициентов. В процессе изучения анализа методом расчёта коэффициентов была дана информация относительно определения анализа методом расчёта коэффициентов и классификации коэффициентов. Коэффициенты ликвидности, финансовой устойчивости, текущей деятельности и рентабельности были изучены под отдельными заголовками.

Во второй главе повествуется о завоёвывающем в последнее время всё большее признание подходе экономической прибыли. В этой главе объясняется разница между экономической и бухгалтерской прибылями, и упоминается значимость для фирмы подсчитывания экономической прибыли. Тема издержек на капитал, использованный в подсчёте экономической прибыли, изучалась под заголовками «Издержки на собственный капитал» и «Издержки на долговые обязательства».

Наиболее важной частью данной дипломной работы является третья глава. В этой главе в рекламной фирме применяется анализ методом расчёта коэффициентов, изученный в первой главе и подход экономической прибыли, упомянутый во второй главе. В первой части третьей главы даются краткая информация о рекламной фирме, а также балансы, отчёты о доходах и расходах и отчёты о движении денежных средств фирмы за три отчётных периода. Далее на основе структуры этих документов рассчитываются и анализируются коэффициенты ликвидности, финансовой устойчивости, текущей деятельности и рентабельности. В заключительной части третьей главы подсчитывается экономическая прибыль рекламной фирмы за три отчётных периода.

В итоге применения в рекламной фирме анализа методом расчёта коэффициентов были получены следующие результаты.

1. В процессе оценки ликвидности рекламной фирмы было выявлено, что данная фирма обладает довольно таки высокой платежеспособностью. Но был обнаружен тот факт, что в фирме находится гораздо больше денежных средств, чем следовало бы.
2. Было установлено, что фирма обладает хорошей финансовой устойчивостью, но не пользуется в нужной степени долговыми обязательствами.
3. В процессе анализа текущей деятельности было установлено снижение скорости оборота дебиторской задолженности и удлинение периода взыскания дебиторской задолженности. Также были обнаружены излишки функционирующего капитала.
4. С точки зрения традиционного финансового анализа деятельность фирмы была оценена как довольно таки рентабельная.

Первый главный показатель рентабельности фирмы для руководителя – валовая прибыль. По западным меркам этот показатель не должен быть меньше 33%. В развивающихся странах, таких как Кыргызстан, вследствие нестабильности экономики, этот норматив вырастает до 50%. Было установлено, что данный показатель рекламной фирмы за два отчётных периода соответствует стандартам. Но тенденция снижения валовой прибыли, наблюдаемая в последнем отчётном периоде, может свидетельствовать о какой-то неудаче.

В последнем отчётном периоде наблюдается общая тенденция снижения коэффициентов рентабельности. Данная ситуация может быть следствием кризиса. Повышение коэффициента рентабельности активов, в то время как все коэффициенты рентабельности снижаются, объясняется при помощи анализа Ду Понт.

И всё-таки традиционный финансовый анализ не может правильно подсчитать полученную прибыль, так как не учитывает издержек на капитал в подсчёте прибыли. Именно поэтому в практической части данной дипломной работы было уделено внимание подсчитыванию экономической прибыли рекламной фирмы.

В итоге подсчитывания экономической прибыли рекламной фирмы за три отчётных периода было установлено, что экономическая прибыль меняется параллельно бухгалтерской прибыли, но гораздо меньше последней. Несмотря на это, экономическая прибыль за все три отчётных периода имеет положительное значение, то есть больше нуля. Положительное значение экономической прибыли представляет собой величину прибыли от основной деятельности за вычетом издержек на капитал. Иными словами фирма в действительности получает настоящую прибыль.

Ключевые Слова

Бухгалтерский финансовый документ, финансовый анализ, анализ методом расчёта коэффициентов, экономическая прибыль, издержки на капитал.

ABSTRACT

Author : Saltanat Shekekova
University : Kyrghyz-Turkish Manas University
Department : Management
Kind of Dissertation : Master's Degree Dissertation
Number of Page : XXI + 98
Graduation Date : 04.06.2010
Dissertation's Leader : Doc. Dr. Arman Tevfik

TRADITIONAL FINANCIAL STATEMENTS ANALYSIS AND ECONOMIC PROFIT APPROACH: APPLICATION IN ADVERTISING

In this dissertation ratio analysis and economic profit approach were applied in advertising firm. The aim of application ratio analysis in advertising firm was to help the firm's direction making decisions in different spheres. Firm's profit theme was researched with traditional financial analysis point of view and with economic profit approach. Also it was demonstrated the fact, that this two approaches can give different results.

In the first chapter general themes were affected, such as financial statement concept, kinds of financial statements. In order to use these financial statements in practical part of dissertation, in this chapter balance sheet, budgeted income statement and cash flow statement were studied more detailed. Then financial analysis definition, kinds and methods were mentioned. Each financial analysis' method was studied separately from others and in the end of first chapter ratio analysis was researched. The information about ratio analysis' definition and classification ratios were given during the studying ratio analysis. Liquidity ratios, financial stability ratios, current activity ratios and profit ratios were studied under separated titles.

In the second chapter it has been described economic profit approach, which is becoming more important nowadays. Difference between economic profit and account profit was explained and importance of economic profit calculation for firm was mentioned. Capital costs, which were used in economic profit calculation, were studied under titles "Owned capital costs" and "Debts instruments costs".

The most important part of this dissertation is the third chapter. In this chapter ratio analysis, this had been studied in the first chapter and economic profit approach, which had been mentioned in the second chapter. Short information about advertising firm and this firm's balance sheets, budgeted income statements and cash flow statements were given at the beginning of the third chapter. Then liquidity ratios, financial stability ratios, current activity ratios and profit ratios were calculated and analyzed. At the end of the third chapter advertising firms' economic profit of three accounting periods was calculated.

At the end of application ratio analysis in advertising firm, these several results were received.

1. During the liquidity analysis of advertising firm, it was revealed that firm has quite high financial responsibility. It also was detected the fact that there more cash resources in firm than it needs.
2. It was revealed that firm has good financial stability but doesn't use more debts instruments.
3. During the current ability analysis it was revealed that accounts receivable's velocity of turnover has come down. It also detected that there is superfluous function capital.

4. According to traditional financial analysis activities of firm was recognized as quite profitable.

The first main index of firm's profit is gross profit ratio. In developed countries this index must not be less than 33%. In our country consequence of unstable economy this index increases up to 50%. It was revealed that advertising firm gross profit ratio of two accounting period corresponds to these standards. But lowering tendency of gross profit which can be seen in last accounting period, gives evidence of failure.

In last accounting period general lowering tendency of profit ratios can be observed. This situation may be consequence of crisis. Rise of active profit ratio when other profit ratios come down, was explained with Du Pont analysis.

In spite of all advantages traditional financial analysis can not calculate profit correctly because this kind of analysis doesn't take into account capital costs. Therefore in practical part of this dissertation economic profit of advertising firm was calculated.

At the end of calculation advertising firm's economic profit of three accounting period, it was revealed that economic profit changes parallel to account profit but economic profit is less than account profit. In spite of this economic profit of all three period is positive. Positive economic profit is basis activity profit minus capital costs. It means that firm has real profit.

Kew Words

Financial statement, financial analysis, ratio analysis, economic profit, capital costs.