

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

İŞLETME PROGRAMI

PERAKENDE SATIŞ YAPAN ZİNCİR MAĞAZALARDA

MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ VE BİR UYGULAMA

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

137580

Serkan AKÇAY

ŞUBAT - 2003

TRABZON

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME PROGRAMI

PERAKENDE SATIŞ YAPAN ZİNCİR MAĞAZALARDA
MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ VE UYGULAMA

137580

Serkan AKÇAY

Karadeniz Teknik Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce
Bilim Uzmanı (İşletme)
Unvanı Verilmesi İçin Kabul Edilen Tez'dir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 05.02.2003

Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 03.03.2003

Tezin Danışmanı : Prof. Dr. Hasan TÜREDİ

Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Engin DİNÇ

Jüri Üyesi : Yrd. Doç Dr. Hüseyin S. KURTULDU

Enstitü Müdürü : Prof. Dr. M. Alaaddin YALÇINKAYA

Şubat – 2003

TRABZON

0. SUNUŞ

00. Önsöz

Perakende sektörü ve bu sektörde yer alan zincir mağazacılık, Ülkemizde ve Dünyada, teknolojinin de ilerlemesiyle, hızlı gelişim göstermektedir.

Rekabetin fazla olduğu bu sektörde, başta muhasebe ve personel olmak üzere, iyi örgütlenen ve müşterilerine kaliteli ve hızlı hizmet veren şirketler büyümekte, iyi örgütlenmeyen şirketler ise faaliyetlerini zaman içinde durdurmak zorunda kalmaktadır.

Bu çalışmada, perakende satış yapan zincir mağazalarda muhasebe örgütlenmesi incelenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, karşılaşılan sorunlara çözüm yolları ve öneriler getirilmiştir.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, çok değerli yardımlarından ve katkılarından dolayı tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Hasan Türedi'ye, kaynak ve bilgi danışma konusunda yardımcı olan Sayın Yrd. Doç. Dr. Engin Dinç'e, Gıma T.A.Ş. Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Sayın Metin Tosun'a ve verdiği bilgilerden dolayı, Trabzon Finansbank'ta görevli Kambiyo Uzmanı Sayın Ufuk Kaya'ya teşekkürü bir borç bilirim.

Trabzon, Şubat 2003

Serkan AKÇAY

01. İçindekiler

0. SUNUŞ

00. Önsöz.....	III
01. İçindekiler.....	IV
02. Özet.....	IX
03. Summary.....	X
04. Tablolar Listesi.....	XI
05. Şekiller Listesi.....	XII
06. Kısaltmalar Listesi.....	XIII

GİRİŞ.....	1-2
------------	-----

BİRİNCİ BÖLÜM

1. MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR.....	3-38
10. Muhasebenin Tanımı ve Önemi	3
100. Muhasebenin Tanımı.....	3
101. Muhasebenin Önemi.....	3
11. Muhasebenin Tarihsel Gelişimi.....	4
12. Muhasebenin Türleri.....	5
120. İşlem Muhasebesi.....	6
121. İşletme Muhasebesi.....	6
122. Yönetim Muhasebesi	9
13. Muhasebe Örgütlenmesi ve Unsurları.....	10
130. Muhasebe Örgütlenmesine Genel Bakış.....	11
131. Muhasebe Örgütlenmesinin Unsurları.....	12
1310. Muhasebe Belgeleri.....	12
1311. Muhasebe Defterleri.....	16
13110. Defterlerin Tasdik Zamanı ve Yeri.....	18

13111. Defter Tutma Usulleri.....	19
131110. İtalyan Usulü Defter Tutma.....	20
131111. Alman Usulü Defter Tutma.....	20
131112. Fransız Usulü Defter Tutma.....	21
131113. İngiliz Usulü Defter Tutma.....	21
131114. Türk Usulü Defter Tutma.....	21
131115. Amerikan Usulü Defter Tutma.....	22
1312. Muhasebenin Personel Açısından Örgütlenmesi.....	22
1313. Tekdüzen Hesap Planı ile İlgili Bilgiler.....	23
13130. Hesap Çerçevesi.....	24
13131. Genel Hesap Planı.....	28
13132. Hesap Planı.....	29
13133. Tekdüzen Hesap Planının Amacı ve Niteliği.....	29
13134. Tekdüzen Hesap Planının Düzenlenmesinde Kullanılan Sistemler.....	30
13135. Hesap Planda Standartlaştırmanın Yararları ve Sakıncaları..	31
14. Mali Tablolar.....	32
140. Bilanço.....	32
141. Gelir Tablosu.....	33
15. Şematik Olarak Muhasebe Örgütlenmesi.....	34
16. Bilgisayarlı Muhasebe Sisteminde Muhasebe Örgütlenmesi.....	36

İKİNCİ BÖLÜM

2. PERAKENDE VE ZİNCİRLEME SATIŞ YAPAN İŞLETMELERDE

ÖRGÜTLENME.....	39-78
20. Perakendecilik Sektörünün Durumu.....	39
200. Perakendeciliğin Tanımı.....	41
201. Perakendecilik Türleri.....	41
202. Perakendecilerin Türkiye'deki Bölgesel Dağılımları.....	43
203. Perakendecilik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler.....	44
21. Zincir Mağazanın Tanımı ve Tarihsel Gelişimi.....	46
22. Zincir Mağazacılık Türleri.....	48

23. Zincir Mağazaların Ortak Özellikleri.....	49
24. Zincir Mağaza Müdürlüğü Temel Yönetici Özellikleri.....	50
25. Zincir Mağazalarda Örgütlenme.....	54
250. Zincir Mağazalarda Örgütlenmenin Tanımı ve Anlamı.....	54
251. Zincir Mağazaların Örgütlenme Yapıları.....	54
252. Zincir Mağazalarda Örgütlenme Özellikleri.....	57
253. Zincir Mağazalarda Örgütlenme Birimleri.....	57
2530. Mağaza Faaliyetleri Bölümü.....	58
2531. Ticaret Bölümü.....	60
2532. Emlak Bölümü.....	61
2533. Mali-Denetim Bölümü.....	61
26. Zincir Mağazaların Faaliyetleri.....	63
27. Zincir Mağazaların Mali Yapıları.....	69
28. Zincir Mağazalarda Satınalma ve Satış Faaliyetleri	70
29. Zincir Mağazalar ile Küçük Mağazaların Mukayesesi.....	75
290. Zincir Mağazaların Üstünlükleri.....	75
291. Zincir Mağazaların Sakıncaları.....	77

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ZİNCİR MAĞAZALARDA MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ VE BİR

UYGULAMA.....	79-149
30. Zincir Mağazalarda Muhasebe Örgütlenmesinin Genel Özellikleri.....	79
31. Zincir Mağazalarda Kullanılan Muhasebe Belgeleri.....	81
310. Fatura.....	81
311. İrsaliyeli Fatura.....	82
312. Sevk İrsaliyesi.....	82
313. Taşıma İrsaliyesi.....	82
314. Perakende Satış Fişi.....	82
315. Gider Pusulası.....	83
316. Ambar Tesellüm Fişi.....	83
317. Diğer Belgeler.....	83
3170. Tahsil Makbuzu.....	83

3171. Ödeme Makbuzu.....	84
3172. Dekontlar.....	84
3173. Poliçe.....	85
3174. Bono.....	85
3175. Çek.....	86
3176. Kasa Sayım Tutanağı.....	86
3177. Kasıyer İptal Formu.....	87
32. Zincir Mağazalarda Kullanılan Muhasebe Defterleri.....	88
320. Yevmiye Defteri.....	88
321. Envanter ve Bilanço Defteri.....	89
322. Defteri Kebir (Büyük Defter).....	89
323. Günlük Kasa Defteri.....	90
324. Kambiyo Senetleri Defteri.....	90
325. Demirbaş ve Amortisman Defteri.....	91
326. Karar Defteri.....	92
327. Pay Defteri.....	92
328. Ambar Defteri.....	92
33. Zincir Mağazalarda Muhasebenin Personel Açısından Örgütlenmesi.....	93
34. Zincir Mağazalarda Tekdüzen Hesap Planı.....	95
340. Zincir Mağazalarda Uygulanan THP Örneği.....	98
341. Zincir Mağazalarda İşlem Gören Hesap Planı Kalemleri.....	103
342. Zincir Mağazalarda Özellik Arzeden Hesaplar.....	107
3420. Kasa Hesabı.....	107
3421. Alacak Hesapları.....	108
3422. Stok Hesapları.....	110
3423. Merkez ve Şubeler Cari Hesabı.....	111
3424. Satışlar ve Satış Maliyetleri Hesapları.....	111
35. Zincir Mağazalarda Bilgisayar Kullanımı.....	112
36. Zincir Mağazalarda Çubuk kodu Kavramı ve Kullanımı.....	115
37. Zincir Mağazalarda Stok Muhasebesinin Yapısı ve İşleyişi.....	118
370. Zincir Mağazalarda Sipariş ve Satınalma İşlemleri.....	121
371. Zincir Mağazalarda Uygulanan Envanter İşlemleri.....	122
38. Gıma Mağazaları Uygulaması.....	124

380. Gima Mağazası ile İlgili Genel Bilgiler.....	125
381. Gima Mağazasının Şubeleri ve Tanımları.....	127
382. Gima Mağazasının Örgütlenmesinin Temel Özellikleri.....	129
383. Gima Mağazasının Satış İlkeleri.....	131
384. Gima Mağazasının Örgütlenmesi ve Muhasebe Bölümünün Örgütlenmedeki Yeri	132
385. Muhasebe Belgeleri ve Raporları.....	135
3850. Gima Mağazasında Muhasebe İşlemleri.....	135
3851. Devamlı Envanter Yönteminde Muhasebe Kayıtları.....	139
386. Gima Mağazasında Kullanılan Defterler ve Uygulanan Defter Sistemi.....	141
387. Gima Mağazasında Muhasebenin Personel Açısından Örgütlenmesi.....	142
388. Gima Mağazasının Tekdüzen Hesap Planı Örneği.....	145
389. Gima Mağazasında Bilgisayar Örgütlenmesi.....	146
390. Gima Mağazasının Envanter Uygulamaları.....	148
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	150-161
40. Sonuçlar.....	150
41. Öneriler.....	158
YARARLANILAN KAYNAKLAR.....	162-169
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

02. Özet

Ticari yaşam, teknolojinin getirdiği yenilikler ve kişilerin isteklerindeki değişmelere paralel olarak farklılaşmış ve takas ile başlayan ihtiyaç karşılama faaliyetleri, büyük mağaza ve süpermarketleri hayata geçirmiştir.

Paranın kullanılmaya başlamasıyla, ticari yaşam canlanmış ve kar olgusu oluşmuştur., insanlar değişik alanlara yönelerek, bu alanlarda uzmanlaşmaya çalışmışlar ve böylece değişik sektörler ortaya çıkmıştır. Bunlardan birisi de, perakendecilik sektörüdür. İlk zamanlar, küçük bakkal ve küçük mağazaların oluşturduğu bu sektörde, daha sonra, teknolojinin insan yaşamına girmesi ve kentsel yaşamın yaygınlaşmasıyla birlikte, insanların tüketim anlayışı da değişim göstermiştir. Haberleşme, elektronik ve ulaşım alanındaki gelişmeler ile az zamanda çok çeşide ve kaliteye ulaşabilme isteği, süpermarket ve büyük katlı mağazalara olan ihtiyacı artırmıştır. Daha fazla kar elde etmek ve değişik yörelerde tek bir şirket adı altında faaliyet göstermek için zincir mağazalar açılmıştır.

Çalışmanın amacı, zincir mağazalarda muhasebe sisteminin nasıl örgütlendiğini ve de söz konusu mağazalarda muhasebe örgütlenmesinde ve uygulamalarında karşılaşılan sorunları ortaya koymaktır.

Bu çalışmada çoğunluk olarak Türkçe literatür kullanılmış ve de Gima zincir mağazaların Trabzon ve İstanbul'dan alınan veriler analiz edilmiştir.

Sonuçta şunu tespit ediyoruz ki, zincir mağazalardaki muhasebe örgütlenme sistemi bütün mağaza şubelerini kapsayan merkezi bir modeldir.

03. Summary

Business life changed with parallel technological innovations and changes in individual demands. The facilities which began by barter system for meeting demands lead the big stores and supermarkets to begin operation.

With using money, business life became more active and people tried to be specialist in different areas. After those tendency different sectors came to scene in business life. The one of those is retail sector. First times, this sector had been consist of small markets. Advances telecommunication, electronic and transportation increased need of supermarket and big store because of want of reaching to many kind and quality in less time. Chain markets is opened out for turn to more profit and active.

In the purpose of this study is to explain how to accounting system is organized in chain markets and the problems in accounting organization and applications in those markets.

In this study, we used mostly Turkish Literature and analyzed data from Gima chain market in Trabzon and İstanbul. In conclusion, we determined that in chain markets.

In conclusion, we determined that in chain markets. Accounting organization system is a central model which included all the branches of market.

04. Tablolar Listesi

<u>Tablo Nr.</u>	<u>Tablonun Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Perakendeci Tanımları.....	43
2	Türkiye’de Perakendeci Sayıları ve Gelişimi.....	44
3	Türkiye’de Bölgelere Göre Perakendeci Sayıları.....	45
4	Türkiye’deki Belli Başlı Zincir Mağazalar.....	45
5	Perakende Ticarete Faaliyet Gösteren Holdingler.....	46
6	Mazur Plan’a Göre Mağazanın Bölümlerinin Görevleri.....	66



05. Şekiller Listesi

<u>Şekil Nr.</u>	<u>Şekil Adı</u>	<u>Sayfa Nr</u>
1	Muhasebe Örgütlenmesi – 1.....	34
2	Muhasebe Örgütlenmesi – 2.....	35
3	Bölümlü Mağazaların Örgütlenme Yapıları.....	55
4	Zincir Mağazaların Örgütlenme Yapıları.....	56
5	Zincir Mağazaların Dört İşlevi.....	64
6	Mazur Plan'da Önerilen Örgüt Yapısı.....	66
7	Satınalma ve Satış İşlevlerinin Birleştirilmesi ve Ayrılması.....	73
8	Zincir Mağazalarda İşlem ve Kayıt Akışı.....	87
9	Zincir Mağazalarda Uygulanan Perakende Satış Sistemi.....	113
10	Gima Mağazasının Örgütlenme Şeması ve Muhasebe Bölümünün Örgütlenmedeki Yeri.....	134
11	Ticari İşletme İçin Maliyet.....	139
12	Alman Usulü Defter Tutmada İşlem Sırası.....	142
13	Gima Merkez Teşkilatı Muhasebe Örgütlenmesi.....	143
14	Gima Mağazalar Teşkilatı Örgütlenmesi.....	144
15	Gima'da Mağaza Bazında Bilgisayar Örgütlenmesi.....	147

06. Kısaltmalar Listesi

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
a.g.e.	: Adı Geçen Eser
AŞ	: Anonim Şirket
GİMA	: Gıda ve İhtiyaç Maddeleri
GVK	: Gelir Vergisi Kanunu
KTÜ	: Karadeniz Teknik Üniversitesi
İTİA	: İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi
İİBF	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
KDV	: Katma Değer Vergisi
MÖ	: Milattan Önce
MS	: Milattan Sonra
POS	: Perakende Satış Otomasyon Sistemi
SSK	: Sosyal Sigortalar Kanunu
THP	: Tekdüzen Hesap Planı
TMS	: Tekdüzen Muhasebe Sistemi
TTK	: Türk Ticaret Kanunu
YKM	: Yeni Kara Mürsel

GİRİŞ

Ticaret, insanın varoluşundan beri sürekli gelişim göstermiş ve trampa ile başlayıp, paranın icadıyla parayla alışverişin başladığı dönemlerden, günümüzde teknolojinin geliştiği ve kredi kartıyla alışverişin yaygınlaştığı döneme kadar, büyük bir gelişim göstermiştir.

Perakendecilik sektörü, en hızla gelişen sektörlerin başında gelmektedir. Zincir mağazacılık, perakende sektörünün en önemli ögesi ve sektörün gelişmesindeki en önemli etkenlerin başında gelmektedir.

Zincir mağazacılık, perakende sektöründe faaliyet gösterip de büyümek isteyen ve farklı yörelerde faaliyet göstererek satış yapmak isteyen şirketler tarafından büyük ilgi görmektedir. Günümüzde, etrafımızda zincir mağazalar açılmakta ve her tüketici zincir mağazalardan az ya da çok alışveriş yapabilme imkanı bulabilmektedir. Tüketicilerin bilinçlenmesiyle, kısa zamanda hızlı alışverişin yapılabileceği ve her aranan mamulün bulunabileceği iyi hizmet veren satış noktaları tüketiciler tarafından tercih edilmektedir.

Bütün bu gelişmelerden dolayı, zincir mağazacılıkta iyi bir mağaza örgütlenmesi ve başarılı bir muhasebe örgütlenmesi şarttır. İyi bir muhasebe örgütlenmesi için neler yapılması gerektiği ve zincir mağazalarda muhasebe örgütlenmesi alanında neler yapıldığı bu tez çalışmasında incelenmeye çalışılmıştır.

Tez çalışmasında, muhasebe örgütlenmesi ile ilgili genel kavramlar, perakendecilik ve zincir mağazacılık kavramları ile zincir mağazalarda muhasebe örgütlenmesi ve bir uygulama örneği olarak da Gima 'daki muhasebe örgütlenmesi incelenmeye çalışılmıştır.

Birinci bölümde, muhasebe örgütlenmesi ile ilgili temel kavramlardan, muhasebenin tanımı ve önemi, unsurları, tarihsel gelişimi gibi kavramlar incelenmeye çalışılmıştır.

İkinci bölümde, perakendecilik sektörünün durumu, tanımı, zincir mağazacılığın tanımı, tarihçesi, gelişimi, özellikleri, yarar ve sakıncaları üzerinde durulmuştur. Zincir mağazaların örgütlenme yapıları ve bölümleri incelenmeye çalışılmıştır.

Üçüncü bölümde, zincir mağazaların muhasebe örgütlenmesi ve işleyişi ile Gima uygulaması üzerinde durulmuştur. Gima'nın muhasebe örgütlenmesi, zincir mağazaların muhasebe örgütlenmesiyle birlikte ayrıntılı olarak incelenmeye çalışılmıştır.

Son bölümde ise, varılan sonuçlar ve getirilen öneriler üzerinde durulmuş olup, zincir mağazacılıkta muhasebe örgütlenmesi ile ilgili elde edilen sonuçlar ve çözüm yolları önerileri sunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

10. Muhasebenin Tanımı ve Önemi

100. Muhasebenin Tanımı

Muhasebe, işletmelerin mali belgelerinin tarih sırasına göre günlük deftere kaydedilmesi, oradan büyük defter hesaplarına aktarılması, büyük defter hesaplarının kalanlarından oluşan çeşitli mizanlar aracılığı ile işletme yöneticilerinin yararlanabilecekleri mali tablolar şekline getirilmesi işlemlerinin tümüdür(TÜREDİ, 1996, s.2).

Muhasebe, işletme eylemlerinin kontrolünü olurlu kılmak, geleceğe ilişkin işletme eylemlerini planlamak, işletme içi ve dışındaki kişilere, işletmeye ilişkin etkin kararlar alınabilmesi için, mali olaylarla ilgili bilgilerin toplanması ve iletilmesi işlemi olarak tanımlanabilir(ATAMAN, 1996, s.1).

Muhasebe, bir örgütün kaynaklarının oluşumunu, bu kaynakların kullanılma biçimini, örgütün işlemleri sonucunda, bu kaynaklarda meydana gelen artış veya azalışları ve örgütün mali açıdan durumunu açıklayan bilgileri ve bunları ilgili kişi ve kuruluşlara ileten "bir bilgi sistemi" 'dir(SEVİLENGÜL, 1995, s.9).

101. Muhasebenin Önemi

Muhasebe, işletmelerin beynidir. İnsan yaşamında beynin iyi ya da kötü işlemesi yaşamın devamını ya da sona ermesini nasıl tayin ederse, muhasebede işletmenin yaşamının sınırını tayin eder(ALVER, 1982, s.3).

- Muhasebe, işletmenin kar-zarar durumu ve özkaynakların durumunu tespit eder. Özkaynakların en etkin biçimde kullanılması için, mukayese yapma imkanı sağlar. Mukayeseler sonunda, işletme için en uygun yöntemler seçilir.

- Muhasebe, işletme için bir sonraki yılda gerekli olan, istatistik bilgileri toplu bir şekilde verir. Bu istatistik bilgiler, işletmenin sonraki yıllarda alacağı kararlarda etkili olur.

- Muhasebe, işletmede bulunan değerlerin kaydi değerlerinin ve cari değerlerinin birlikte mukayese edilmesine yardım eder.

- Muhasebe, işletmelerin ortakları ve üçüncü şahıslarla olan münasebetlerin denetlenmesine imkan verir.

- Muhasebe, işletme sahibi ve sahipleri ile işçiler ve devletle olan münasebetlerin doğruluk derecesinin tayinini sağlar(ALVER, a.g.e., s.3-4).

Muhasebeden beklenen faydalar ise şöyle özetlenebilir(YAZICI, 2002, s.266):

- İşletmedeki değer hareketlerini günü gününe takip etmeyi mümkün kılmak,
- Her an işletmenin borç ve alacaklarını takip edebilmek,
- Belirli dönemler sonunda işletmenin başarı derecesini ölçebilmek,
- Toplanan bilgilerin incelenmesi ile geleceğe ilişkin kararların isabet derecesini artırmak,
- İşletme yönetimini, mali ve ekonomik yönden denetlemeye imkan sağlamak.

11. Muhasebenin Tarihsel Gelişimi

Muhasebenin çok basit bir şekilde değişim (mübadele) kavramının gelişimiyle ortaya çıktığı sanılmaktadır. Ticari yaşama ilişkin ilk belgelerin, yaklaşık dört bin yıl önce,

Babil'de çivi yazısı ile kilden levhalar üzerine yazılmış olduğunu, bilim adamları ve tarihçiler kabul etmektedir. İki yanlı kayıt sisteminin ilk örneklerine, 14. ve 15. yüzyılda Milano, Venedik, Cenova, Floransa gibi kentlerde rastlandığı anlaşılmaktadır. Tarihçilerin bulgularına göre, iki yanlı kayıt sistemine ilk kez 1296 yılında Floransa kentinde rastlanmıştır. 1200-1400 yılları arasında, Akdeniz'de etkin olan İtalyan tacirlerin iki yanlı kayıt sistemini kullanarak, belli hesapları gruplandıkları görülmüştür. İtalyan tüccarların uygulamada kaydettikleri gelişmeleri, İtalyan matematikçisi Luca Paciola yazılı hale getirmiştir. Paciola, 1494'de yayınladığı "Aritmetik, Geometri, Oran ve Orantı Hakkında" isimli kitabında iki yanlı kaydın esaslarını belirlemiştir. Bu nedenle kimi bilim adamlarınca Luca Paciola'ya "muhasebenin babası" da denmektedir. Paciola'nın tespitlerinde, ajanda, günlük defter ve büyük defter isimli üç deftere yer verilmektedir. Ülkemizde de, Cumhuriyet öncesi dönemde muhasebe eğitimine ilişkin derslere, İstanbul Ticaret Mektebi ile Darüşşafaka ve Rüşdiye müfredatında rastlanmaktadır (GÜÇLÜ- GÖREN, 1999, s.17).

1926 yılında, Fransa muhasebe sisteminin etkisi altında olan müfredatın ülkemizde de etkin olduğu görülmektedir. Osmanlı döneminde, muhasebe uygulamaları devlet muhasebesi ile sınırlı kalmıştır. 1924 yılından sonra yürürlüğe giren "Hesap Talimatnamesi" devlet muhasebesinde ikili kayıt "muzaaf kayıt" yöntemini öngörmüştür. 1940 yılından sonra yürürlüğe giren Kazanç Vergisi Kanunu ve 1950'de çıkan Gelir Vergisi Kanunu ile muhasebenin önemi artmıştır. Önemli ölçüde, Amerikan muhasebe sisteminden yararlanılarak, 1968 yılında kurulan komisyon, o tarihlerde KİT'ler için bir muhasebe sistemi önerisinde bulunmuştur. Bu faaliyetler, daha sonra DPT'nin bir şubesi tarafından yürütülmüştür. Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği, 26 Aralık 1992'de yayınlanarak, işletmeler arasında uyum sağlanmaya çalışılmıştır. Bu tebliğle, bilanço esasına göre defter tutan mükelleflerin, 1993 yılında isteğe bağlı olarak, 1994 yılında da zorunlu olarak Tekdüzen Muhasebe Hesap Planı'na uyması öngörülmüştür. "Türkiye Muhasebe Standardı" tasarısı 14 Nisan 1996'da kabul edilmiştir. 01 Ocak 1997'de de yürürlüğe girmiştir (GÜÇLÜ-GÖREN , 1999, s.18).

12. Muhasebenin Türleri

Muhasebe genel olarak üç ana türe ayrılır. Bunlar; işlem muhasebesi, işletme muhasebesi ve yönetim muhasebesidir. Sırasıyla bu muhasebe türleri;

120. İşlem Muhasebesi

İşlem muhasebesinin konusunu, işletmelerin aktif ve pasif varlıklarındaki değişmelerin kaydedilmesi, sonuçların saptanması ve raporlanması oluşturur(TÜREDİ-DİNÇ, 2002, s.1).

Kısaca, işlem muhasebesi, işletmenin diğer işletmelerle olan mali işlemlerini hesaplara kaydetmek suretiyle izler(TÜREDİ, 1996, s.3).

İşletmenin varlıklarını ve kaynaklarını tespit etmek, bunlardaki değişiklikleri izlemek ve işletme faaliyetlerinin sonuçlarını belirlemek görevini yerine getirir İşlem muhasebesi, hesap işlerinin örgütlenme açısından öğelerinden, belgelerin düzenlenmesi, hesapların tutulması ve sonucu çıkarılması bölümlerinden oluşur(YAZICI ve diğerleri , 1996, s.6).

İşlem muhasebesi olarak da ifade edilebilen genel muhasebe; “Her hesap dönemi için ayrı ayrı olmak üzere, kurum ya da hesapsal kişinin varlık ve sermaye durumuna ve zaman içinde bunlarda olagelen değer hareketlerine, yani masraf, hasılat ve kazancına ilişkin hesapsal olguları belgeler üzerinde saptamak, bunları çift yanlı işleme yönteminde hesap adı verilen çift yanlı çizelgeler üzerinde işlemek, bu hesapları ilgili yasa, kural, ilke ve yöntemlere uygun olarak izlemek, gerekli hesaplaşmaları sağlamak için yapılan işlemlerin tümü” şeklinde tanımlanmaktadır(YAZICI, 1991, s.15).

İşlem muhasebesi sistemi, işletmenin varlık, borç ve sermaye yapısı hakkında işletme dışı gruplara bilgi sunar. Bu muhasebe sistemi aynı zamanda, bir hesap dönemine ait faaliyet sonuçlarını, özsermaye değişimlerini ve nakit akışını rapor eder. Kredi kurumları, mevcut ve gelecekteki ortaklar, çalışanlar ile kamuoyu işletme ile ilişkilerinde alacakları kararlarda bu raporlardan yararlanırlar(RAYBURN, 1996, s.4).

121. İşletme Muhasebesi

İşletme muhasebesi ise işletme içinde oluşan değer kullanımlarını (hammadde, işçilik, G.İ.G.) kaydeder. İşletme muhasebesinin görevi; üretilen mal ve hizmetlerin satış

fiyatlarının belirlenmesi yolu ile işletmede denetimi sağlamak, planlama ve karar almaya yönelik faaliyetlere yardımcı olmaktadır(TÜREDİ, 1996, s.3).

Bu muhasebe türü, niteliği gereği işlem muhasebesinden ve yönetim muhasebesinden çok farklıdır. Bu muhasebenin konusunu, üretim işletmelerinde üretilen mamullerin birim ve toplam maliyetlerinin hesaplanması ve bu amaçla çeşitli yöntemler geliştirmek ve uygulamak teşkil eder(TÜREDİ-DİNÇ, 2002, s.1-2).

İşletmeler, mal ve hizmetlerin maliyetini ve satış fiyatını belirleme, planlama ve karar alma işlemleri için, işletme muhasebesini kullanır. İşletme muhasebesi, hesap işlerinin örgütlenme açısından öğelerinden, mal oluşun belirtilmesi, işletmenin ölçülmesi ve öngörünün saptanmasından oluşur(YAZICI ve diğerleri, 1996, s.6).

İşletme muhasebesi olarak da ifade edilebilen maliyet muhasebesi; "Her maliyet dönemi için ayrı ayrı olmak üzere, işlem muhasebesindeki maliyet hesaplarına dayanarak maliyet türlerinin direkt olanlarını doğrudan; ortak olanlarını maliyet yerleri aracılığı ile dolaylı olarak maliyet taşıyıcılarına yani üretilen mal ve hizmetlere yüklemek, böylece mamullerin toplam ve birim maliyetlerini bulmak, işletme sonuçlarını belirlemek; işletmeleri ve maliyet yerlerini dönemlere göre birbiri ile karşılaştırmak, ölçümlemek, elde edilen verilere dayanarak geleceği planlamak için yapılan hesaplamaların tümü" şeklinde tanımlanmaktadır(YAZICI, 1991, s.71).

İşletme muhasebesi sistemi, üretim ve satışı yapılan mamul ve hizmetlere ait direkt ve endirekt maliyetlerin çeşitli unsurlarının belirlenmesi, tanımlanması, ölçülmesi, raporlanması ve tahliline yöneliktir. İşletme muhasebesi sisteminin ana amacı, planlama, denetim ve kaynak geliştirme sürecinde, yönetime gerek mali, gerekse de mali olmayan bilgilerin sunulmasıdır(RAYBURN, 1996, s.5).

İşletme muhasebesi sisteminde, işlem muhasebesi sisteminden elde edilen bilgiler yardımıyla üretilen mamul maliyetleri hesaplanabilirken; işlem muhasebe sisteminde işletme sonuçlarının çıkartılması ise işletme muhasebesi sisteminden sağlanacak bilgiler yardımıyla olanaklı bulunmaktadır. Bu çerçevede, işlem muhasebesi ve işletme muhasebesi sistemleri birbirini tamamlayan iki alt sistemi oluşturur. İki muhasebe bölümü

arasındaki temel farklılık ise, muhasebe, işletmenin dışı yönelik işlemlerinin incelenirken , işletme muhasebesinin işletme içinde oluşan iş ve işlemleri (üretim faaliyetlerini) izliyor olmasıdır(ALTUĞ, 1996, s.12-14).

- Maliyetlerin işletmenin fonksiyonları bakımından sınıflandırılması(TÜREDİ-DİNÇ, 2002, s.11):

- Tedarik maliyetleri : Bu maliyet türünün içinde alış maliyeti ve alış giderleri yer alır.

- Satış maliyetleri : Pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinden oluşur.

- Yönetim maliyetleri : İşletmenin işleyebilmesi amacı ile yapılan giderlerdir.

- Araştırma maliyetleri : Üretim ve hizmet işletmelerinin araştırma ve geliştirme faaliyetleri sonucu ortaya çıkan maliyetlerdir.

- Finansman maliyetleri : Alınan krediler ve borçların geri ödenmesinde, ana paranın yanında ödenen faiz vb. eklentilerdir.

Ayrıca, üretim işletmelerinde bu maliyetlere ek olarak üretim maliyetleri vardır.

Tekdüzen muhasebe sisteminde, işletme muhasebesi örgütlenmesinde üç farklı sistemle karşılaşılmaktadır. Bunlar(TÜREDİ-DİNÇ, 2002, s.18-19);

1- Bağımsız maliyet muhasebesi sistemi : Bu sistemde işlem muhasebesi ile işletme muhasebesi birbirinden ayrı olarak yürütülür. Yani işlem muhasebesi için ayrı defterler, işletme muhasebesi için ayrı defterler tutulur. Her iki muhasebe, kendine özgü hesapları kullanır. İşlem muhasebesi ile işletme muhasebesi arasındaki bağlantı ise bağlantı hesapları vasıtasıyla sağlanır.

2- Birleşik maliyet muhasebesi sistemi : Bu sistemde işletme muhasebesi ile işlem muhasebesi aynı hesap planı içinde yer alırlar ve tek defterde takip edilirler. Ancak, hesap

planında işlem muhasebesi ile işletme muhasebesi hesapları birbirlerinden ayrı hesap sınıflarında izlenir.

3- Hesap Ayrılığı Sistemi : Bu sistemde genel işlem muhasebesi ile işletme muhasebesi birlikte yürütülmekle beraber, bazı ana ve yardımcı hesaplar her iki muhasebede de ayrı ayrı tutulurlar. Ana gider hesapları ve bunlara ait yardımcı hesaplarda, ayrıntılı olarak maliyet muhasebesi tutulurken, genel muhasebede ana gider hesapları ayrıca izlenir.

Eş zamanlı kayıt düzeni : Bu kayıt düzeninde, giderler tahakkuk ettiği zaman, hem fonksiyonlarına, hem çeşitlerine, hem de doğduğu gider yerlerine olmak üzere üç değişik bölümlenme altında ve aynı muhasebe fişine dayanılarak muhasebeleştirilir. Bu düzene en uygun seçenek ise 7/A seçeneğidir(TÜREDİ-DİNÇ, 2002, s.19).

122. Yönetim Muhasebesi

Muhasebenin yalnızca geçmiş olayları tespit etme, depo etme ve yorumlamanın ötesinde, denetimle ve gelecekle ilgili her türlü kararların alınmasında ileriye dönük bir yönetim aracı olarak kabullenebilmesi yerinde olur. Bu bakış açısı geleneksel muhasebe anlayışında bazı yeni yorumlamaları gerekli kılmıştır. Böylece ortaya çıkan, ileriye dönük nitelikli yeni muhasebe anlayışını 'modern muhasebe' olarak da yorumlayabiliriz. Bugünkü uygulama biçimi içinde, daha çok bir iç planlama ve denetim aracı niteliğinde olan yönetim muhasebesinin ileride modern muhasebe anlayışının temelini teşkil edeceğini söylemek herhalde bir kehanet olmayacaktır(PEKER, 1974, s.10-11).

Gelişen işletme içi ve dışı sosyal, iktisadi, teknik faktörler, işletme yönetiminin gerçekçi bir biçimde gerçekleştirilebilmesi için muhasebeyi, önemli bir 'yönetim aracı' haline getirmektedir. Doğrudan denetim sınırlarını aşmış ve çetin rekabet koşulları altında çalışan işletmelerde yöneticiler , ancak muhasebeden ve çeşitli istatistik kaynaklardan sağlanacak doğru, yeterli ve zamanlı bilgilerin yardımıyla işletmeyi gerçekçi biçimde yönetebilmek olanaklarına kavuşacaktır. Böyle bir ortama ulaşan işletmelerde muhasebenin sadece 'doğru tutulmuş bir defter kayıt sistemi' olarak yorumlanması ihtiyaca cevap veremez. Bu durumda muhasebenin temel işlevlerinin, işletmede planlama ve

denetim faaliyetlerinde yöneticiye yorumlama yapmaya ve karar vermeye yararlı verileri verme yönünde geliştiği görülür. Bu işlevi yerine getirebilmesi için de muhasebe uygulamasının artık geçmişe dönük bir defter kayıt sistemi olmaktan sıyrılıp ileriye dönük ve yorumlar yapabilen bir bilgi toplama ve raporlama sistemi haline dönüşmesi gerekir (PEKER, 1974, s.11-12).

İşletme muhasebesi sisteminin sağladığı bilgiler (GRAY-RICKETTES, 1982, s.4);

- İşletme muhasebesi bilgileri (bilanço ve gelir tablosu için),

- Yönetim muhasebesi bilgileri (yöneticilerin karar verme sürecinde kullanılır.) olmak üzere ikiye ayrılır. Yönetim muhasebesi de, özetle planlama ve denetim sürecinde kullanılabilir bilgiler sağlayan muhasebe alt sistemidir.

Geniş tanımıyla, "Yönetim muhasebesi, işletme yönetiminde yöneticilerin alacakları kararlara ilişkin olarak, planlama faaliyetlerinden başlayarak yürütme ve denetim işlemleri için gereksinme duydukları bilgi ve raporları hazırlayan, yorumlayan, iş programları ve yıllık bütçe gibi denetim teknik ve işlemlerinin en etkin biçimde yapılmasına olanak sağlayan muhasebedir (ALTUĞ, 1996, s.12).

Bu muhasebe türünün konusunu, işletme yöneticilerine yönetime ilişkin alacakları kararlara ilişkin olarak, planlama faaliyetlerinden başlayarak yürütme ve denetim işleri için gerekli olan tüm bilgi ve raporları sunmak oluşturur. Ayrıca, kayıtlardan ve raporlardan anlamlı bilgilerin çıkartılarak yönetime sunulması ve bu anlamda muhasebe bilgi sisteminin oluşturulması da bu muhasebe türünün konusunu teşkil eder (TÜREDİ-DİNÇ, 2002, s.1-2).

13. Muhasebe Örgütlenmesi ve Unsurları

Muhasebe örgütlenmesi, "Muhasebede kullanılan araçların muhasebeden beklenen bilgi akışının başarılı bir şekilde yerine getirilebilmeleri bakımından muhasebe yasa, kural, teori ve yöntemlerince düzenlenmesidir." şeklinde tanımlanabilir (TÜREDİ, 1987, s.2).

130. Muhasebe Örgütlenmesine Genel Bakış

Muhasebe, başka deyişle işletmelerde hesap işleri, işlevlerine göre bölümlere ayırmada, mali işler içinde yer alır. Buna göre, muhasebe mali işlerin bir parçası olmaktadır. Örgütlenmede (organizasyon) muhasebenin şu özelliği göz önünde bulundurulmalıdır. Muhasebenin bütün öteki bölümlerle (üretim, satış, ödeme, personel, para bulma vs.) karşılıklı ilişkisi vardır. Çünkü, bütün bu bölümlerin parasal hareketleri, masrafları ve hasılatı vardır ve bunları da muhasebe izler. Muhasebe bölümü, genellikle her işletmede kurmay ilişkisi içindedir. Para işleri bölümüne, genel müdüre, müdür yardımcılara, aydınlatıcı, yol gösterici, uyarıcı, planlayıcı bilgiler verir(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.6).

En çok yandaş toplayan ve yıllardan beri kullanılmakta olan bölümlenme Alman bilim adamı E. Schmalenbach'ın görüşüdür. Bu görüşün etkisiyle "Hesap İşleri Örgütlenmesine Yol Gösterme" adıyla 1937'de Almanya'da bir bakanlık kararıyla yapılan ayırım, hesap işlerini(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.6-8);

- a. Defter tutma ve bilanço (zaman hesabı),
- b. Maloluş hesapları (kalkulasyon, parçanın mal oluşu),
- c. Planlama (işletmenin öngörü hesapları),
- d. İstatistik (karşılaştırma hesapları) olmak üzere dört bölümde toplanmaktadır.

Schmalenbach'ın görüşünden esinlenerek, işletmelerde hesap işlerinin bölümlenmesi şöyle yapılabilir.

- 1) Belgelerin düzenlenmesi,
- 2) Hesapların tutulması,
- 3) Maloluşun belirlenmesi,

- 4) Sonucun çıkarılması,
- 5) İşletmenin ölçülmesi,
- 6) Öngörünüm saptanması,

131. Muhasebe Örgütlenmesinin Unsurları

Genellikle muhasebe örgütlenmesi dört temel unsurdan oluşturulmuştur. Bu unsurlar aşağıda gösterilmiştir(ERKURAL, 1979, s.1).

- 1) Belge ve belge düzeni (muhasebe belgeleri),
- 2) Yeterli sayı ve nitelikte eleman,
- 3) İşletmeye uygun ve anlaşılması kolay bir hesap planı,
- 4) İşletmenin tür ve büyüklüğüne uygun defter sistemidir.

Muhasebenin örgütlenmesinde, yeni fakat en önemli unsurlardan birisi de donanım ve yazılım sistemlerinin seçimidir(DİNÇ, 1996, s.47).

1310. Muhasebe Belgeleri

Muhasebede kullanılan belgeler, iki kısma ayrılmaktadır. Yapay ve doğal belgeler.

Doğal belgelerin şekil şartları kanunlar ile belirlenmiştir. Ayrıca, bu tür belgelerin düzenlenmesi de muhasebe örgütlenmesinin asıl konusunu oluşturur. Yapay belgelerin ne olacağını, şekillerinin nasıl olacağını muhasebe örgütlenmesi sırasında karar verilir. Bu tür belgelerin düzenlenmesi isteğe bağlı olmakla beraber, işletme içinde bölümler arası bilgi akışının sağlanmasında çok önemli yer tutarlar.

Muhasebe örgütlenmesinde bir başka konu ise, belgelerin saklanması işidir. Belgelerin daha sonra kolaylıkla bulunabilmesi ve gerekli bilgilerin edinilmesi için, iyi bir arşivleme

bölümünün olması gerekir. Bilgisayarlı sistemde, belgelerin arşivlenmesi olayı son derece kolay hale gelmiştir. Yapay belgeler, zaten bilgisayarda manyetik ortamda düzenlendikleri için, bunlar için ayrıca bir örgütlenmeye gidilmesi gerekmemektedir. Doğal belgelerin arşivlenmesi sorunu ise, bilgisayarlı sistemde çok kolay halledilebilmektedir.

Muhasebe belgelerini şöyle sıralamamız mümkündür(ATABEY-PARLAKKAYA, 2001, s.95-124):

- Fatura,
- Sevk irsaliyesi,
- İrsaliyeli fatura,
- Perakende satış fişi,
- Gider pusulası,
- Müstahsil makbuzu,
- Ücret bordrosu,
- Serbest meslek makbuzu,
- Yolcu listeleri,
- Günlük müşteri listeleri,
- Adisyon,
- Ambar tesellüm fişi,
- Reçete ve muhabere evrakı,
- Tahsil fişi,
- Tediye fişi,
- Mahsup fişi,
- Çek, senet, poliçe,
- Çek çıkış ve giriş bordrosu vs. belgelerdir.

a) Fatura: Fatura, satılan emtia veya yapılan iş karşılığında, müşterinin borçlandığı tutarı göstermek üzere emtiayı satan veya işi yapan tüccar tarafından müşteriye verilen ticari vesikadır.

b) Sevk İrsaliyesi: Ticari bir malın bir yerden diğer bir yere taşınması sırasında, taşınan malın cinsini ve miktarını gösteren bir belgedir.

c) İrsaliyeli Fatura: Aslında fatura ve sevk irsaliyesi, birbirinden ayrı olarak düzenlenen iki belgedir. Ancak V.U.K'nun Maliye Bakanlığına verdiği yetkiyi dayanarak, Maliye Bakanlığı, isteyen mükellefler açısından fatura ve sevk irsaliyesinin, ayrı ayrı belgeler olarak değil, "irsaliyeli fatura" adı altında tek bir belge olarak düzenlenmesi ve kullanılması esasını getirmiştir. Sattıkları malların teslim tarihinden itibaren 10 günlük fatura düzenlenmesi imkanından yararlanmak istemeyen mükellefler, fatura düzenleme yükümlülüklerini hemen yerine getirmek isterlerse, fatura ve sevk irsaliyesini ayrı ayrı düzenlemeksizin, diledikleri takdirde irsaliyeli fatura düzenleyebilirler.

d) Taşıma İrsaliyesi: Kara, hava ve deniz yoluyla ücret karşılığında eşya nakleden gerçek ve tüzel kişilerin düzenlediği bir belgedir.

e) Perakende Satış Vesikaları: Birinci ve ikinci sınıf tüccarlar, kazancı basit usulde tespit edilenlerle, defter tutmak zorunda olmadıkları satışları ve yaptıkları işlerin bedellerini belgelendirme için düzenlenen belgelerdir.

f) Gider Pusulası: Birinci ve ikinci sınıf tüccarlar, kazancı basit usulde tespit edilenler, defter tutmak zorunda olan serbest meslek erbabının ve çiftçilerin vergiden muaf esnafa yaptırdıkları işler veya onlardan satın aldıkları emtia için tanzim edip, işi yapma veya emtiayı satın alana imza ettirecekleri gider pusulası, vergiden muaf esnaf tarafından verilmiş fatura hükmündedir. Bu belge, birinci ve ikinci sınıf tüccarların, şahsi eşyalarını satan kimselerden satın aldıkları altın ve mücevher gibi kıymetli eşya için de tanzim edilir.

g) Müstahsil Makbuzu: Birinci ve ikinci sınıf tüccarlarla, defter tutmak zorunda olan çiftçiler, gerçek usulde vergiye tabi olmayan çiftçilerden satın aldıkları mahsullerin bedellerini ödedikleri sırada, iki nüsha müstahsil makbuzu tanzim etmeye ve bunlardan birini imzalayarak almaya mecburdurlar.

h) Ücret bordrosu: İşverenler, her ay ödedikleri ücretler için, ücret bodrosu tutmaya mecburdurlar. Gelir vergisi kanununa göre, vergiden muaf olan ücretlerle diğer ücretler üzerinden, vergiye tabi hizmet erbabına yapılan ücret ödemeleri için bordro tutulmaz.

i) Adisyon: Masada servis yapan gerçek usulde gelir ve kurumlar vergisine tabi olan işletmeler tarafından sunulan hizmetin ve emtianın cinsi ve miktarını göstermek amacıyla düzenlenen bir belgedir.

j) Ambar Tesellüm Fişi: Nakliye ambarlarında, malın ambara girişi ile sevki arasında zaman farkının bulunduğu ve birden fazla kişinin mallarının bir arabayla taşınmasının söz konusu olduğu durumlarda, nakliyat ambarlarının malın ambara girişi sırasında tesellüm fişini düzenlemeleri gerekmektedir.

k) Diğer Belgeler:

Bunlar, tahsilat makbuzları, tediye makbuzları ve hesap özetleri gibi belgelerdir (ATABEY-PARLAKKAYA, 2001, s.140-143).

1) Tahsilat ve Tediye Makbuzları: İşletmenin nakit tahsilatları için tahsilat makbuzu ve ödemeleri için de tediye makbuzu düzenlenir.

2) Hesap Özetleri: Hesap özeti ya da diğer adıyla hesap ekstresi, bankalar nezdinde bulunan hesaplara yatırılan paralar ve ödenen çeklere ilişkin banka kayıtlarının özetidir. Hesap özetleri, bankalardan temin edilerek, işletme kayıtlarının banka kayıtları ile uygunluğu sağlanmaya çalışılır.

m) Kasa Tahsil Fişi : İşletmenin kasasına para girişi durumunda düzenlenen muhasebe fişidir. Kasaya giren paranın miktarını, ne için alındığını ve hangi hesap veya hesaplara alacak kaydedileceğini gösterir. Kasa tahsil fişinde borçlu hesaba yer verilmez. Sadece alacaklı hesap ya da hesaplar yer alır. Çünkü, borçlu hesap, kasaya para girdiği için, her zaman kasa hesabıdır.

n) Kasa Tediye Fişi: İşletmenin kasasından para çıkması durumunda düzenlenen muhasebe fişidir. Kasadan çıkan paranın miktarını, ne için ödendiğini ve hangi hesap ya da hesaplara borç yazılacağını gösterir. Kasa tediye fişlerinde, alacaklı hesaba yer verilmez, sadece borçlu hesap ya da hesaplara yer verilir. Çünkü, alacaklı hesap, kasadan para çıktığı için her zaman kasa hesabıdır.

o) Mahsup Fişi: Kasada para girişi ve çıkışı dışındaki işlemler için düzenlenen muhasebe fişidir. Mahsup fişinde, hem borçlu, hem de alacaklı hesaplar yer alır. Örneğin, mal alınması ya da satılması durumunda kasayla ilgili bir işlem söz konusu olmadığı için mahsup fişi kullanılır.

p) Poliçe: Poliçe, bir havale mahiyetindedir. Alacaklının borçludan olan alacağını, kendisinin borcu bulunan üçüncü bir şahsa devretmesi esasına dayanır. Poliçede genellikle üç taraflı bir ilişki vardır. Poliçeyi düzenleyen (keşideci), diğer bir kişiye (muhataba), poliçe de ismen gösterilmiş olan kimseye belli bir tutarı ödeme emrini verir.

r) Bono: Borçlu tarafından imzalanan, alacaklı emrine belirlenen tarihte ve yerde kayıtsız ve şartsız belirli bir tutarın ödenmesi yükümlülüğünü kapsayan bir belgedir. Senedin üzerinde yazılan değere “nominal değer” denir. Bonoda, muhatap ve lehdar arasında ikili bir ilişki vardır.

s) Çek: Çek, emre yazılı bir senettir. Bono ve poliçe, bir aracı olduğu halde, çek bir ödeme emridir(ATABEY-PARLAKKAYA, 2001, s.127-133).

1311. Muhasebe Defterleri

İşletmeler açısından, muhasebe sisteminin ve düzeninin önemi büyüktür. V.U.K., tutulması zorunlu defterler açısından, tacirleri değişik sınıflara ayırmıştır. Buna göre; Birinci sınıf tacirler, bilanço esasına göre defter tutmak zorunda olan mükelleflerdir. İkinci sınıf tacirler ise, işletme esasına göre defter tutan mükelleflerdir. Birinci sınıf tacirlerden olan şirketlerin tutmak zorunda olduğu defterler şunlardır(GÜÇLÜ-GÖREN, 1999, s.49-50);

- 1) Yevmiye Defteri,
- 2) Defter-i kebir (Büyük Defter),
- 3) Envanter Defteri,
- 4) Amortisman ve yeniden değerlendirme defteri,
- 5) Karar Defteri,
- 6) Genel Kurul Karar Defteri,

7) Üye Kayıt (Pay) Defteri,

8) İşin özelliğine göre tutulması gereken diğer defterler.

a) Yevmiye Defteri: Kayda geçirilmesi icap eden muamelelerin tarih sırasıyla ve madde halinde tertipli olarak yazıldığı defterdir.

b) Büyük Defter (Defter-i Kebir): Yevmiye defterine geçirilmiş olan muameleleri buradan alarak, usulüne göre hesaplara dağıtan ve tasnifli olarak bu hesaplarda toplayan defterlerdir.

c) Envanter Defteri: İşe başlama tarihinde ve müteakiben her hesap döneminin sonunda çıkarılan envanterler ve bilançolar kaydolunur.

d) Kambiyo Senetleri Defteri: Birinci ve ikinci sınıf tacirler ile serbest meslek erbabı faaliyetleriyle ilgili borçları ve alacakları için düzenlenen bono, poliçe, çek ve benzeri kambiyo senetlerine ilişkin bilgileri kaydetmek üzere kambiyo senetleri defteri tutmak zorundadır.

e) İşletme Hesabı Defteri: İşletme defteri, sol tarafına gider, sağ tarafına hasılatın yazıldığı basit bir defterdir.

f) Günlük Kasa Defteri: Birinci sınıf tüccarlar tarafından tutulan günlük kasa defteri, işletmenin kasa ile ilgili muamelelerinin günü gününe yazıldığı defterdir.

g) Günlük Perakende Satış ve Hasılat Defteri: İkinci sınıf tüccarlar tarafından tutulan bu defter, günlük perakende satışlar ile hizmet karşılığı ve sair suretle alınan paraları kaydetmek üzere tutulan ciltli defterlerdir.

h) İmalat Defteri: Sürekli imalat ile uğraşan birinci sınıf tüccarların tuttuğu defterdir.

i) Ambar Defteri: Depo (ardiyeler dahil) işletenlerle, nakliye ambarları, ayrıca bir ambar defteri tutarlar. Ambar defterine yazılması gereken bilgileri ihtiva edecek şekilde defter tutanlar ayrıca ambar defteri tutmazlar.

j) Öteki Defterler:

- Banka ve sigorta muameleleri defteri,
- Yabancı nakliyat kurumlarının hasılat defteri,

k) Karar Defteri: T.T.K.'da ticari defterler arasında belirtilmiş. Hükmi şahıslar, başka deyişle, ticaret şirketleri bu defterleri tutarlar.

l) Pay Defteri: Anonim şirketlerde nama yazılı hisse senetlerinin yazıldığı defterlerdir.

m) Serbest Meslek Kazanç Defteri: Serbest meslek erbabının tutmakla mükellef olduğu defterlerdir.

n) Alıcılar Yardımcı Defteri: Tarih, yevmiye madde numarası, açıklama, borç, alacak ve bakiye kalanların ihtiva eden föylerden oluşan bir defterdir.

o) Satıcılar Yardımcı Defteri: Müşteriler yardımcı defterine benzer.

p) Sabit Varlık ve Amortisman Defteri: Bütün sabit varlıkların dökümünün yapıldığı ve bunların amortismanlarının izlendiği defterdir.

r) Stok Kartları ya da Defteri: Her türlü mal, mamul, hammadde ve gereçlerin hareketleri, stok kartlarında ya da stok defterinde izlenir. Bu kartta, tarih, yevmiye madde numarası, açıklama, giren, çıkan ve kalan kalanları bulunur. Bu kalanların her biri, miktar, fiyat, tutar kalanlarına bölünmüş durumdadır(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.12-14).

13110. Defterlerin Tasdik Zamanı ve Yeri

Tüccarlar yasal olarak tutmak zorunda oldukları defterleri, kullanmaya başlamadan önce, ticari işletmenin bulunduğu yerin noterine ciltli olarak ibraz ederler. Noter sicil tasdiknamesini tacirden ister ve bu defterlerin her sayfasına sıra numarası vererek resmi mühürle mühürler. Defterin kaç sayfadan ibaret olduğunu ilk ve son sayfaya yazarak resmi mühür ve imzası ile tasdik eder(V.U.K., Md.69).

Defterler; işyerinin, işyeri olmayanlar için ikametgahın bulunduğu yerdeki noter veya noterlik görevini ifa ile mükellef olanlar, menkul kıymet ve kambiyo borsasındaki acentelerin borsa komiserliği tarafından tasdik olunur(V.U.K., Md.223).

Tutulmaları yasalarla zorunlu kılınan defterleri kullananlar, bu defterleri aşağıda gösterilen zamanlarda tasdik ettirmek zorundadırlar(V.U.K., Md.221).

1. Öteden beri işe devam etmekte olanlar, defterin kullanılacağı yıldan önce gelen son ayda,

2. Hesap dönemi Maliye Bakanlığı tarafından tespit edilenler, defterin kullanılacağı hesap döneminden önce gelen son ayda,

3. Yeniden işe başlayanlar, sınıf değiştirenler ve yeni bir mükellefiyete girenler, işe başlama, sınıf değiştirme, ve yeni mükellefiyete girme tarihinden önce; vergi muafiyeti kalkanlar, muafıktan çıkma tarihinden başlayarak 10 gün içinde,

4. Tasdike tabi defterlerin dolması dolayısıyla ve ya diğer sebeplerle yıl içinde yeni defter kullanmak zorunda olanlar, bunları kullanmaya başlamadan önce, Defterlerini ertesi yılda da kullanmak isteyenler ocak ayı, hesap dönemi Maliye Bakanlığınca tespit edilenler bu dönemin ilk ayı içinde tasdiki yenilemek zorundadırlar(V.U.K., Md.222).

13111. Defter Tutma Usulleri

Alışlagelen deftere yazma ve ondan diğer bir deftere aktarma usulünde, günümüzde çeşitli ciltli defterler kullanılmaktadır. Bu defterler; günlük kasa defteri, günlük defter (yevmiye defteri), büyük defter (defter-i kebir), envanter ve bilanço defteri ve yardımcı defterler diye ayrılmaktadırlar. Tahsil ve ödeme belgeleri önce günlük kasa defterine, oradan da günlük deftere kaydedilirler. Mahsup belgeler ise doğrudan günlük deftere işlenirler. Günlük deftere tarih sırasına göre işlenen bu tutarlar, buradan türlerine göre büyük defterdeki ilgili hesaplara aktarılırlar. Ambar defteri, ücret ve aylık defteri gibi yardımcı defterler ayrıntıların tanıtılması ve açıklanmasına hizmet ederler(TÜREDİ, 1987, s.115).

131110. İtalyan Usulü Defter Tutma

Bu usulde bir günlük kasa defteri, bir günlük (yevmiye) defteri, bir büyük defter (defteri kebir) ve gereği kadar da yardımcı defter bulunmaktadır. Günlük kasa defterine işlenmiş olan tahsil ve ödeme belgeleri ile bunlar dışında kalanlar, tarih sırasına göre sıra numarasını takip eden maddeler halinde günlük deftere işlenirler. Bu işlemler buradan daha sonra büyük deftere aktarılırlar. Yardımcı defterler ise doğrudan fişlerden ya da belgelerden ve diğer defterlerden işlenirler. Günlük deftere kaydedilmiş olan işlemlere ilişkin maddelerin tam ve doğru olarak büyük deftere geçip geçmediğini kontrol amacı ile her ay sonunda bir sağlama (mizan) düzenlenir. Bu sağlamadaki borç ve alacak tutarlarının toplamları; günlük defterin son toplamlarına eşit olmalıdır. Aksi halde defterden deftere geçişlerde ya da işlemlerde hatalı kaydetme var demektir(TÜREDİ, 1987, s.116).

131111. Alman Usulü Defter Tutma

Bu usulde günlük işlemler iki ayrı kişi tarafından yevmiye defterine kaydedilebilirler. Dönem başındaki varlık ve sermaye tutarları, envanter ve bilanço defterinden ve iş olgularının tutarları belgelerden tarih sırasına göre, nakitle ilgili olanlar günlük kasa defterine işlenir. Kısaca, kasa ile ilgili işlemler, tahsil ve ödeme fişlerinden kasa yevmiyesi adı verilen bu deftere kaydedilirler. Nakitle ilgisi olmayan işlemler, mahsup günlük defterine işlenir. Alman usulünde genel günlük defter adı verilen üçüncü bir defter daha kullanılmaktadır. Bu defter şekil yönünden İtalyan usulündeki günlük defterin aynısıdır. Bu defter, günlük defterlerle büyük defter arasında yer alır(TÜREDİ, 1987, s.117).

Kasa günlük defteri ile mahsup günlük defterine günü gününe kaydedilen işlemler; genellikle ay sonlarında ya da belirli süreler sonlarında icmallerle ve toplu halde toplayıcı ya da genel günlük deftere aktarılırlar. Bu aktarmalar icmal cetvelleri kullanılarak yapılır. Kasa günlüğü borç, kasa günlüğü alacak, mahsup günlüğü borç ve mahsup günlüğü alacak olmak üzere dört ayrı icmal cetveli hazırlanır. İcmal cetvelleri, kasa ve mahsup günlük defterlerindeki işlemlerin özet olarak genel günlük deftere geçmesini sağlarlar. Bunların yanında, alış günlük defteri, satış günlük defteri olmak üzere iki günlük defter daha tutulabilir(TÜREDİ, 1987, s.118).

131112. Fransız Usulü Defter Tutma

Alman usulü defter tutmaya nazaran daha geniş bir şekilde işbölümü yapmaya imkan vermektedir. Günlük defter sayısı bu usulde istenildiği kadar artırılabilir. Fransız usulü defter tutmada dönem başındaki varlık ve sermaye tutarları, envanter ve bilanço defterinden iş olguları da belgelerden tarih sırasına göre çeşitli özel günlük defterlere işlenir. Bunlar; kasa, bankalar, alacak senetleri, borç senetleri, alışlar, satışlar ve çeşitli günlük defterler olarak isimlendirilebilirler. Yukarıda belirtilen özel günlük defterlerdeki işlemler daha sonra icmal cetvellerinde hesap hesap gruplandırılırlar. Bu icmallar aracılığı ile Bu icmallar aracılığı ile özel günlük defterlerdeki işlemler toplayıcı ya da genel günlük deftere aktarılırlar. Daha sonrada büyük defterdeki çeşitli hesaplara aktarılırlar. Hesap dönemi sonunda büyük defter hesaplarının bakiyeleri yine envanter ve bilanço defterine geçirilirler. Böylece dolaşım yeniden başlar(TÜREDİ, 1987, s.128).

131113. İngiliz Usulü Defter Tutma

İngiliz usulü defter tutmada, Fransız usulünde olduğu gibi, ihtiyaç duyulduğu sayıda günlük defter tutulabilmektedir. Fransız usulünün tersine defter tutmada genel günlük defter kullanılmaz. Diğer günlük defterlerdeki kayıtlar, kullanılan icmal cetvelleri yardımı ile doğrudan büyük deftere aktarılırlar(TÜREDİ, 1987, s.130).

131114. Türk Usulü Defter Tutma

Alman usulü defter tutmada olduğu gibi, Türk usulü defter tutma da, kasa günlük defteri ve mahsup günlük defter olmak üzere iki tane günlük defter kullanılmaktadır. Fakat Türk usulü defter tutmada Alman usulü defter tutmada olduğu gibi, genel ya da toplayıcı günlük defter yoktur. Bilindiği gibi, Alman usulü defter tutmada işlemler; icmal cetvelleri kullanılarak genel günlük defterde birleştiriliyordu. Genel günlük defter ya da toplayıcı günlük defter Türk usulü defter tutmada kullanılmadığından, kayıtlar mahsup günlük defterde birleştirilirler. Türk usulü defter tutmada kullanılan kasa günlük defterine kaydedilen belgeler doğrudan tahsil ve tediye ile ilgili belgelerdir. Kasa ile ilgili bu tahsil ve tediye belgeleri ayrıntılı olarak kasa günlük defterine kaydedilirler. Aynı şekilde kasa ile ilgisi bulunmayan belgeler de doğrudan mahsup günlük deftere kaydedilirler. Kasa

günlük defterinin borç ve alacak toplamları icmal cetvelleri kullanılarak iki ayrı madde halinde mahsup günlük defterine aktarılırlar. Böylece ayrı ayrı kaydedilmiş olan işlemler birleştirilmiş olur(TÜREDİ, 1987, s.131).

131115. Amerikan Usulü Defter Tutma

Defteri kebiri yevmiye de denilen Amerikan usulü defter tutmada işletmenin dönem başındaki varlık ve sermaye tutarları, envanter ve bilanço defterinden ve işletmede olagelen işlemlerle ilgili belgelerden tarih sırası ve türlerine göre günlük büyük deftere kaydedilirler. Bu defterlerin sol yanı klasik günlük deftere benzer. Sağ yanı ise çeşitli hesapların tutarlarının işlenmesine ayrılmış sütunlardan oluşmaktadır. Kısaca, İtalyan usulündeki günlük defterle, büyük defterin birleştirilmiş bir şeklidir. İşlemler hem tarih sırasına hem de türlerine göre aynı anda deftere yazılabilmektedir. Hesap sayısının artması durumunda defterin de genişliği artar ve kayıt işleri güçleşir. Ancak bu güçlüğü ortadan kaldırmak amacı ile defterin sağ yanındaki kolonlar en çok işlem gören hesaplara ayrılır, az işlem gören hesaplar da ayrı bir sütuna kaydedilirler. Ancak bu durum hesapların icmalı ve dökümünü yapma işlemlerini güçleştirici bir unsurdur(TÜREDİ, 1987, s.132-133).

1312. Muhasebenin Personel Açısından Örgütlenmesi

Hesap işlerinin nesnel açıdan örgütlenmesi yapıldıktan sonra, personel açısından örgütlenmesi yapılır. Personel örgütlenmesinde, hangi işlerin hangi kişiler tarafından yapılacağı saptanır. Bunun için de, muhasebenin işlevlerine göre bölümlere ayrıldığı şema kullanılabilir.

Muhasebenin personel açısından örgütlenmesinde, personelin seçimine özen gösterilmelidir. Belirli görevlere nitelikli, deneyimli ve bilgili kişilerin getirilmesine çalışılmalıdır.

Muhasebe elemanlarının bir kısmı, zaman içinde yetiştirilecekse, işletme içi ve işletme dışı eğitim yollarından yararlanılabilir.

İşletme içi eğitimde, iş öğretme, iş verme, iş değiştirme yollarında yollarından yararlanılabilir. İşletme dışı eğitimde ise seminerlere, kurslara, meslek okullarına gönderme, başka işletmelerde staj uygulama yollarından yararlanılabilir(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.15-16).

1313. Tekdüzen Hesap Planı ile İlgili Bilgiler

İşletmelerin dili olarak kabul edilen muhasebe işlemlerinin, tekdüze hale getirilmesine çok basit anlatımla Tekdüzen Muhasebe denilmektedir. Tekdüzen Muhasebe Sistemi, işletmelerin işlem muhasebesi sonuçları ile işletme muhasebesi sonuçlarına ve muhasebede kayıtlı işlemlere, işletme, meslek ve millet görüşü açısından tartışılmayacak nitelikte, iktisadi, hukuki ve mali nitelik kazandırmak amacı ile işletmelerin örgütlenmesi ve yukarıda belirtilen sonuçların rapor edilmesi, tekdüzen temellere dayalı zorunlu veya isteğe bağlı kuralları kapsayan ilkeler bütünüdür(TÜREDİ, 1996, s.115).

Muhasebenin sağlamış olduğu bilgilerin sistemli bir şekilde ilgililere sunulabilmesi hesap planları yardımı ile mümkün olur. Hesap planı, işletmenin faaliyette bulunduğu sektörün hesap çerçevesinden işletmenin kendi ihtiyaçlarına göre çıkarılır.

AKTİF HESAPLAR

100-199 Kod Nolu Hesaplar, Dönen Varlıklar

200-299 Kod Nolu Hesaplar, Duran Varlıklar

PASİF HESAPLAR

300-399 Kod Nolu Hesaplar, Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar

400-499 Kod Nolu Hesaplar, Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar

500-599 Kod Nolu Hesaplar, Özkaynaklar

GELİR TABLOSU HESAPLARI

600-699 Kod Nolu Hesaplar

MALİYET HESAPLARI

700-799 Kod Nolu Hesaplar

SERBEST HESAPLAR

800-899 Kod Nolu Hesaplar

NAZIM HESAPLAR, “AÇILIŞ VE KAPANIŞLAR”

900-999 Kod Nolu Hesaplar

13130. Hesap Çerçevesi

Bir ülkede bulunan kurum ve işletmelerin hesaplarını, belirli bir anlamda, belirli bir sistem içinde bölümleyen, bu bölümleri kesin olarak sınırlayan ve açıklayan bir yönerge'dir. Hesap çerçevesi, bir muhasebe sistemine uygun olarak hazırlanmalıdır. Özellikle işlem muhasebesi ile işletme muhasebesi arasında kurulacak bağlantı açısından bu çok önemlidir. Hesap çerçevesi, faaliyet alanına ve büyüklüğüne bakılmaksızın ülkedeki tüm kurum ve işletmelerde uygulanabilir olmalıdır. Hesap çerçevesinde sadece hesap sınıfı ve kümeleri yer alır, daha fazla ayrıntıya gidilmez(YAZICI ve diğerleri, 1996, s.10).

TÜRKİYE'DE KULLANILAN TEKDÜZEN HESAP ÇERÇEVESİ**HESAP SINIFLARI**

- 1.DÖNEN VARLIKLAR
- 2.DURAN VARLIKLAR
- 3.KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR
- 4.UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR
- 5.ÖZKAYNAKLAR
- 6.GELİR TABLOSU HESAPLARI

7.MALİYET HESAPLARI

8. .

9.NAZIM HESAPLAR**1.DÖNEN VARLIKLAR**

10. Hazır Değerler

11. Menkul Kıymetler

12. Ticari Alacaklar

13. Diğer Alacaklar

14. .

15. Stoklar

16. .

17. Yıllara Yaygın Onarım ve İşletme Maliyetleri

18. Gelecek Aylara Ait Giderler ve Gelir Tahakkukları

19. Diğer Dönen Varlıklar

2. DURAN VARLIKLAR

20. .

21. .

22. Ticari Alacaklar

23. Diğer Alacaklar

24. Mali Duran Varlıklar

25. Maddi Duran Varlıklar

26. Maddi Olmayan Duran Varlıklar

27. Özel Tüklenmeye Tabi Varlıklar

28. Gelecek Yıllara Ait Giderler ve Gelir Tahakkukları

29. Diğer Duran Varlıklar

3. KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR

30. Mali Borçlar

31. .
32. Ticari Borçlar
33. Diğer Borçlar
34. Alınan Avanslar
35. .
36. Ödenecek Vergi ve Diğer Yükümlülükler
37. Borç ve Gider Karşılıkları
38. Gelecek Aylara Ait Gelirler ve Gider Tahakkukları
39. Diğer Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar

4. UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR

40. Mali Borçlar
41. .
42. Ticari Borçlar
43. Diğer Borçlar
44. Alınan Avanslar
45. .
46. .
47. Borç ve Gider Karşılıkları
48. Gelecek Yıllara Ait Gelirler ve Gider Tahakkukları
49. Diğer Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar

5. ÖZKAYNAKLAR

50. Ödenmiş Sermaye
51. .
52. Sermaye Yedekleri
53. .
54. Kar Yedekleri
55. .
56. .
57. Geçmiş Yıllar Karları

- 58. Geçmiş Yıllar Zararları
- 59. Dönem Net Karı (Zararı)

6. GELİR TABLOSU HESAPLARI

- 60. Brüt Satışlar
- 61. Satış İndirimleri (-)
- 62. Satışların Maliyeti (-)
- 63. Faaliyet Giderleri (-)
- 64. Diğer Faaliyetlerden Olağan Gelir ve Karlar
- 65. Diğer Faaliyetlerden Olağan Gider ve Zararlar (-)
- 66. Finansman Giderleri (-)
- 67. Olağandışı Gelir ve Karlar
- 68. Olağandışı Gider ve Zararlar (-)
- 69. Dönem Net Karı (Zararı)

7. MALİYET HESAPLARI

7/A SEÇENEĞİ

- 70. Maliyet Muhasebesi Bağlantı Hesapları
- 71. Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri
- 72. Direkt İşçilik Giderleri
- 73. Genel Üretim Giderleri
- 74. Hizmet Üretim Giderleri
- 75. Araştırma ve Geliştirme Giderleri
- 76. Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri
- 77. Genel Yönetim Giderleri
- 78. Finansman Giderleri

7/B SEÇENEĞİ

- 79. Gider Çeşitleri

- 790. İlk Madde ve Malzeme Giderleri
- 791. İşçi Ücret ve Giderleri
- 792. Memur Ücret ve Giderleri
- 793. Dışarıdan Sağlanan Fayda ve Hizmetler
- 794. Çeşitli Giderler
- 795. Vergi, Resim ve Harçlar
- 796. Amortismanlar ve Tükenme Payları
- 797. Finansman Giderleri
- 798. Gider Çeşitleri Yansıtma Hesapları
- 799. Üretim Maliyet Hesabı

8. SERBEST

9. NAZIM HESAPLARI

0. SERBEST (TÜREDİ, 2002, s.366-369).

13131. Genel Hesap Planı

Genel hesap planı, belirli bir hesap çerçevesine dayanarak, ayrı işi yapan kurum ve işletme topluluklarının ya da birçok şubesi olan büyük kurum ve işletmelerin, ana hesaplarını ve hesaplarını, belirli bir tümlem içinde tanımlayan, kesin olarak sınırlayan ve açıklayan bir yönerge'dir. Genel hesap planı, bir hesap çerçevesine dayalı olarak hazırlanır. Genel hesap planında hesap sınıfı, hesap kümesi ve ana hesaplar (defter-i kebir hesapları) yer alır(YAZICI ve diğerleri, 1996, s.10).

Aynı işi yapan kurumları ya da birçok şubesi olan büyük kurum ya da işletmelerin hesaplarını belirli bir anlamda, belirli bir sistem içinde, amaca, plana ve denetime uygun bir şekilde bölümleyen, bu bölümleri kesin olarak sınırlayan ve açıklayan, aynı olayların daima aynı hesaplara kaydedilmelerini sağlayan özel bir yönerge'dir. Bu, işletme düzeyinde hesap planı olmaktadır(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.60).

13132. Hesap Planı

Hesap planı, bir kurumun muhasebe örgütlenmesinde çok önemli yer tutar. Hesap planı, hesapların tanımını akışını, işleyişini, birbiriyle olan bağıntıların ve aktarmalarını da açıklayan bir “hesap planı yönetmeliği” ile açıklanır ve uygulanması sağlanır. Bu yönetmelik, bilanço ve kar-zararın nasıl çıkarılacağını, hesapların nasıl kapatılacağını da göstermektedir. Hesap planı, işlem muhasebesi ile işletme muhasebesi arasındaki bağıntı, başka deyişle, muhasebe sisteminin belirlenmesini sağlamaktadır.

Hesap planı, mali tabloların hazırlanmasına da esas olur. Bilanço ve kar-zarar tablosu, hesap planındaki hesap isimlerine göre ve hesap planındaki hesapların sırasına göre oluşur. Bu açıdan da hesap planı önemlidir(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.64).

Hesap planı, hesap çerçevesine ya da genel hesap planına dayalı olarak hazırlanır. Hesap planında, ana hesap, ara hesap ve ayrıntılı hesaplar yer alır(YAZICI ve diğerleri, 1996, s.11).

13133. Tekdüzen Hesap Planının Amacı ve Niteliği

Tekdüzen hesap planının amaçları sıralanacak olursa(KOTAR, 1996, s.220);

a) Muhasebe bilgilerinin, karar alma durumunda bulunan ilgililere yeterli ve doğru olarak ulaştırılması,

b) Farklı işletmeler ile aynı işletmelerin farklı dönemlerinin karşılaştırılabilmesi,

c) Mali tablolarda yer alan hesap adlarının, tüm kesimler için aynı anlamı vermesi,

d) Muhasebe terim birliğinin sağlanması suretiyle, anlaşılabilir olması,

e) İşletmeler ile ilgililer arasında güven unsurunun oluşturulması esasları göz önünde tutulmuştur.

13134. Hesap Planlarının Düzenlenmesinde Kullanılan Sistemler

Hesap planının düzenlenmesinde kullanılan dört tane sistem vardır. Bunlar, birci sistem, ölçülü birci sistem, ikinci sistem ve ölçülü ikinci sistem'dir (TÜREDİ, 1987, s.36-41).

a. Birci Sistem : İşlem muhasebesi ile işletme muhasebesi hesaplarının içiçe, birlikte gösterildiği sistemdir. Bu sistemde düzenlenen hesap planlarında hem işlem muhasebe, hem de işletme muhasebesi hesapları birlikte gösterilirler. İşletme muhasebesi ile işlem muhasebesi arasında devamlı ilişki bulunmaktadır ve bu sistemde işletme muhasebesi kayıtları da, işlem muhasebesi kayıtlarında olduğu gibi çift yanlı işletme yöntemine göre kayıtlara geçirilmektedir. Ayrıca, işletme muhasebesi kayıtlarına temel teşkil etmek üzere çeşitli maliyet tabloları kullanılır. Birci sistem, işletmedeki değer akışını izleme ilkesine göre oluşturulmuştur. Bu ilke gereğince, genel muhasebe hesapları ile işletme muhasebesi hesapları çift yanlı işletme yöntemine uygun olarak çalışırlar. Böylece maliyet hesaplarında sürekli olarak kontrol sağlanmaktadır. Ancak her iki muhasebe birlikte ve bir arada yürütüldüğünden dolayı işlem sayısı oldukça kabarmaktadır, bu da işlemlerin ağır işlemesine neden olmaktadır.

b. Ölçülü Birci Sistem : Bu sistemde de birci sistemde olduğu gibi, işlem muhasebesi ile işletme muhasebesi hesapları aynı planda yer almaktadırlar. Yine her iki hesaplar grubu çift yanlı işleme yöntemine göre kayıtlara geçirilmektedir. Dolayısı ile hem işlem hem de işletme muhasebesi hesapları hesap planında değer akımına uygun olarak birlikte yer almaktadırlar. Ancak ölçülü birci sistemin, birci sistemden farkı, bu sistemde masraf yerleri hesaplarının bulunmamasıdır. Masraf yerleri hesaplarının görevini, muhasebe dışında ayrı olarak tutulan ve takip edilen tablolar yüklenmiştir. Bu sisteme örnek olarak, 1936 yılında Alman İktisat Divanı tarafından hazırlanan tekdüzen hesap çerçevesi gösterilebilir.

c. İkinci Sistem : Birci sistemin aksine bu sistemde işlem muhasebesi ile işletme muhasebesi birbirinden tamamen ayrı iki düzen içinde yürütülmektedir. İkinci sisteme göre düzenlenen hesap planlarında, işletme muhasebesi hesaplarına hemen hemen hiç yer verilmemektedir. Bu planların düzenlenmesinde, bilançoya göre bölümlenme ilkesinden yararlanılmaktadır.

d. Ölçülü İkici Sistem : Bu sistemde de, ikici sistemde olduğu gibi, işlem muhasebesi hesapları ile işletme muhasebesi hesapları birbirinden ayrı olarak tutulmaktadır.

13135. Hesap Planında Standartlaştırmanın Yararları ve Sakıncaları

Türkiye’de, KİT’lerde 1971 yılından itibaren sürdürülen Tekdüzen Muhasebe Uygulamasının, SPK’nın Standart Hesap Planı önerisi ve Standart Mali Tablo Uygulamalarının getirdiği tecrübelerden de yararlanılarak hazırlanan ve Maliye Bakanlığının 26.12.1992 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan 1 Sayılı Muhasebe Uygulama Genel Tebliği ile zorunlu hale getirilmiştir.

Hesap planında standartlaştırmanın yararları ve sakıncaları vardır. Yararları şunlardır (DURMUŞ-ARAT, 1995, s.60):

a. Standart(Tekdüzen) Hesap Planı, uygulandığı ülkedeki işletmelerde hesap birliğini sağlar. Hesap işlerinde birliğin sağlanmasının en büyük yararlarından biri işletmeler arasında hatta işletme içinde yıllar arasında karşılaştırma olanağı sağlamasıdır.

b. O ülkedeki işletmelerin, varlık ve sermaye yapıları ile işletme sonuçlarının kolaylıkla birleştirilmesini sağlar.

c. İşletmeler arasındaki ilişkilerde uyum ve düzen sağlar.

d. İşletmelerin hesap işlerinde terim birliğini sağlar.

e. Denetleyicilerin ve mali tahlilcilerin işlerini çabuklaştırır ve kolaylaştırır.

f. Muhasebe eğitiminde kolaylık sağlar.

g. Muhasebe örgütlenmesinde kolaylık sağlar.

Hesap planında standartlaştırmanın sakıncaları ise şunlardır(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.61):

a. Tekdüzen hesap planları, işletmeleri belirli bir kalıba girmeye zorlar.

b. Tekdüzen hesap planı, bazı işletmeleri, onların yapılarına ve özelliklerine uymayan hesap planını kullanmaya zorlar.

c. Büyük işletmelerin varlığı, tekdüzen hesap planının uygulanmasını birçok açıdan zorlaştırır.

14. Mali Tablolar

İşletmelerde düzenlenen mali tablolar şunlardır(TÜREDİ, 1996, s.16-17);

1. Bilanço,
2. Gelir Tablosu,
3. Satışların Maliyeti Tablosu,
4. Fon Akım Tablosu,
5. Nakit Akım Tablosu,
6. Kar Dağıtım Tablosu,
7. Öz kaynaklar Değişim Tablosu,

Bu tablolardan bilanço ve gelir tablosuna dipnotlar ve ekleri ile birlikte Temel Mali Tablolar, diğer mali tablolara da ek mali tablolar denilmektedir.

14.1. Bilanço

Bilanço, işletmenin belirli bir tarihteki, varlık, sermaye ve borçlarını bir başka anlatımla mali durumunu gösterir. Bilançolar uygulamada iki şekilde düzenlenmektedirler.

Bu düzenleme şekilleri(TÜREDİ, 1996, s.18);

a) Hesap şeklinde bilanço düzenlenmesi,

b) Rapor şeklinde bilanço düzenlenmesi, olarak ifade edilmektedir.

Hesap şeklinde düzenlenen bilançoların sol taraflarına aktif, sağ taraflarına da pasif denilmektedir. Hesap şeklinde düzenlenen bilançoların aktifinde varlıklar, pasifinde de borçlar ve öz sermaye kalemleri gösterilmektedirler. Bilançolar rapor şeklinde düzenlendiklerinde ise, aktif ve pasif hesaplar diğer bir anlatımla varlık, borç ve sermaye unsurları kendi içinde alt alta yazılarak gösterilmektedir. Rapor şeklinde bilanço, bir önceki dönemin bilanço kalemleri ile yanyana aynı anda düzenlendiğinden dolayı, özellikle bilançoların yıllar itibarıyla karşılaştırılmasına imkan vermekte ve mali tahlillerde kolaylıklar sağlamaktadır.

Bilanço düzenleyen işletmenin örgütlenme şekli açısından bilanço türleri(TÜREDİ, 1996, s.25-26):

1.Konsolide Bilanço: Bağlı şirket bilançolarının, belirli ilkelere göre birleştirilmeleriyle (konsolide edilmeleriyle) ana şirket ya da holding işletme için oluşturulan bilançodur.

2.Bağlı İşletme ya da Yavru İşletme Bilançoları: Holding topluluklarında, topluluğun en tepesinde bulunan holding işletmeye (ana işletme) bağlı olan işletmelerin düzenledikleri bilançolardır.

3.Genel Bilanço: Bütün şube bilançolarının şirket merkezinde birleştirilmeleriyle ortaya çıkan bilançodur.

4.Şube Bilançosu: Her şubenin kendisi için düzenlediği bilançodur.

142. Gelir Tablosu

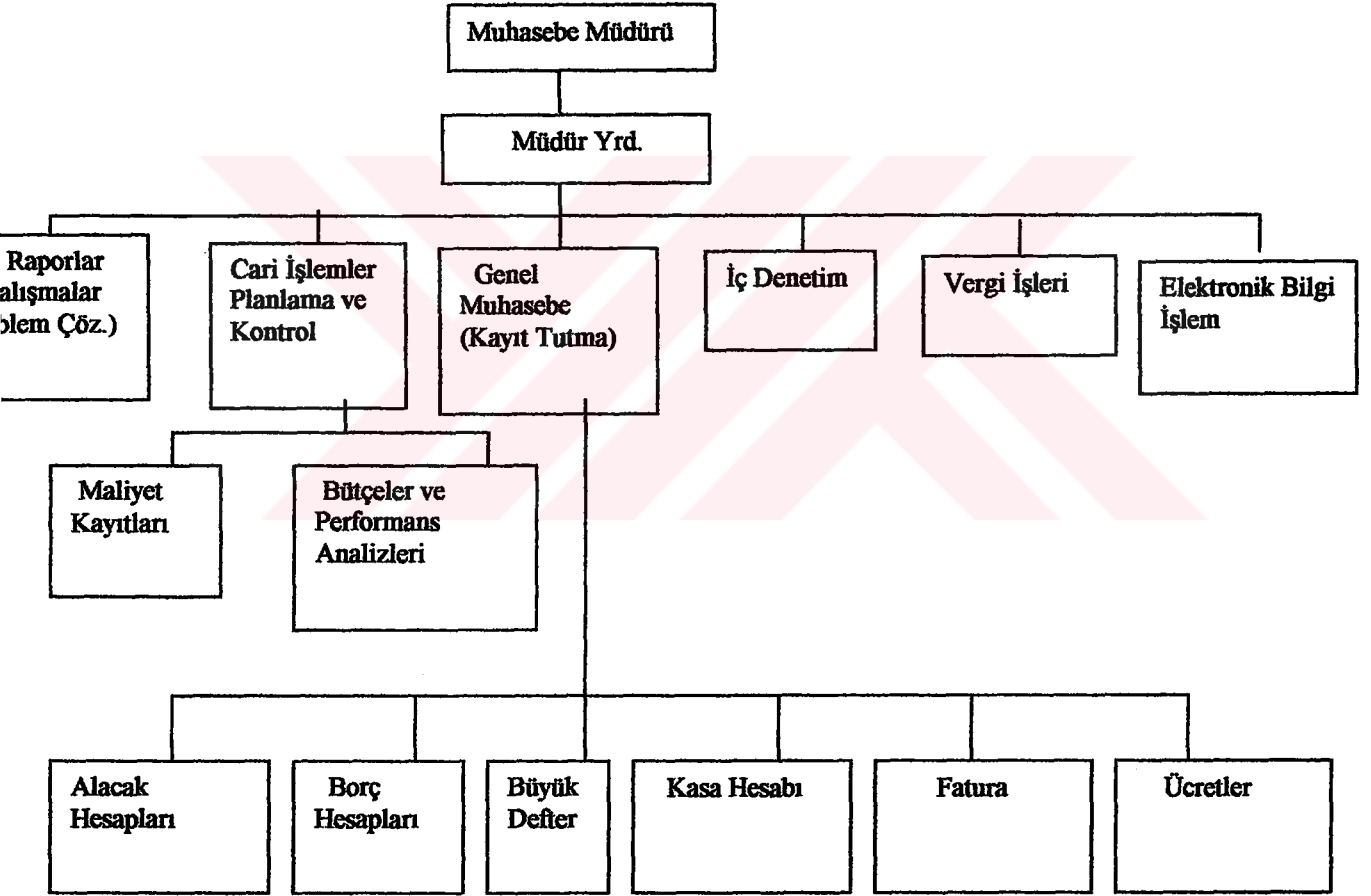
Gelir tablosu, kar ve zarar hesabını esas olarak, bir kurumun belirli bir hesap dönemindeki işletme kar-zararının oluşumu ve dağıtım biçimini sistemli bir düzen içinde gösteren bir çizelgedir(TÜREDİ, 1996, s.33).

Maliye Bakanlığı tarafından yayınlanan özet gelir tablosu ve ayrıntılı gelir tablosu şu unsurları kapsar(TÜREDİ, 1996, s.36):

1. Brüt satış karı,
2. Faaliyet karı ve ya zararı,
3. Olağan kar ve ya zarar,
4. Dönem karı ve ya zararı,
5. Dönem net karı ve ya zararıdır.

15. Şematik Olarak Muhasebe Örgütlenmesi

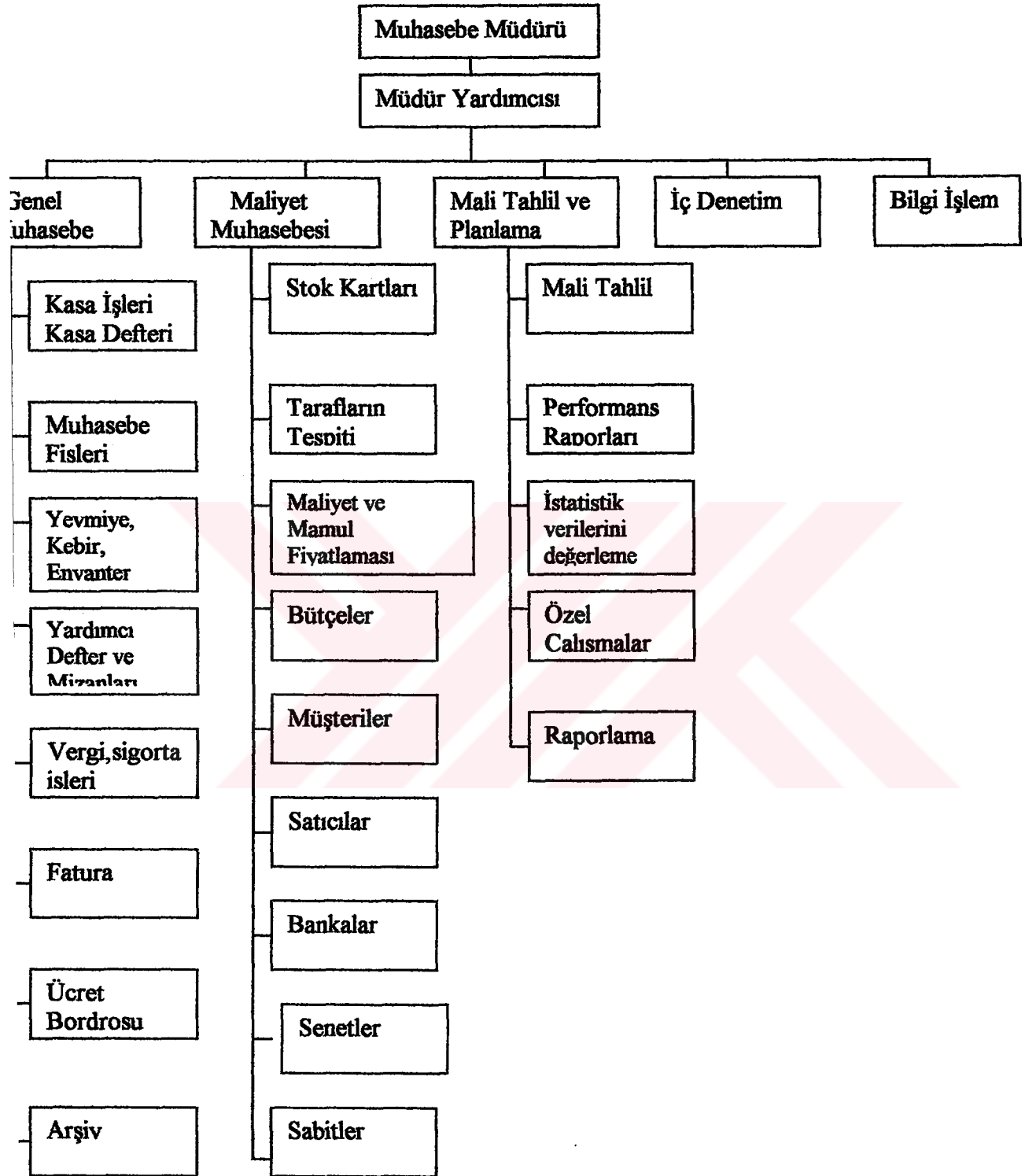
Muhasebe örgütlenmesi ile ilgili olarak Şekil-1 ve Şekil-2'deki örgütlenme biçimi örnek olarak gösterilebilir.



Şekil : 1

Muhasebe Örgütlenmesi -1

Ülkemizde sıkça karşılaşılan muhasebe örgütlenme şeması ise şöyledir.



Şekil : 2

Muhasebe Örgütlenmesi -2

16. Bilgisayarlı Muhasebe Sisteminde Muhasebe Örgütlenmesi

Günümüzde bilgisayar kullanımının hemen her alanda yaygınlaşmasının bir sonucu olarak, işletmelerde de bilgi işlem uygulamaları, etkin bir bilgi sisteminin kullanılmasında vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Bu gelişme paralelinde de, bir bilgi sistemi olarak muhasebede bilgisayar kullanımı hızla yaygınlaşmış bulunmaktadır.

Muhasebe, günümüzde, en geniş ifadeyle, “temel yönetimin aracı” olarak tanımlanmakta ve bu doğrultuda da muhasebenin işlevleri, işletmelerde, mali nitelikteki olayların kaydı ve tahlili ile yönetim için geleceğe yönelik planların hazırlanması, karar vermede yardımcı olma şeklinde özetlenebilmektedir(TAYLOR-SHEARING, 1983, s.2).

Muhasebenin temel amacı, yöneticilere karar alma sürecinde kullanılabilir bilgileri sağlamaktır. Muhasebe sürecinde girdi, ekonomik faaliyetler, çıktı ise kullanılabilir bilgidir.

Muhasebe ve dolayısıyla da mali planlama ve denetim kavramlarının iyi anlaşılması, bu kavramlar, paranın evrensel çevresinde tüm faaliyetlerin sonuçlarını yansıtmaya işlevine sahip bulunduğu için çok önemlidir(TAYLOR-SHEARING, 1983, s.1).

Bu çerçevede muhasebe, belgelerin düzenlenmesinden başlayarak hesapların (defterlerin) tutulması, maliyetlerin belirtilmesi, sonuçların çıkartılması, planlama ve istatistiki verilerin derlenmesine kadar çok geniş bir alanı ilgilendirmekte ve tüm bu işlerde de bilgisayardan yararlanılabilmektedir(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.160).

Muhasebenin bilgisayar ile çalışmaya çok elverişli ve birçok uygulamaya açık bir alan olması, rutin bir çok hesaplamalar ve bunlarla ilgili hata sıklığının yükseldiği muhasebede, bilgisayar kullanımının artması sonucunu getirmiştir(ÜNLÜŞEREFOĞLU, 1992, s.71).

Ülkemizde de, bilgisayar uygulamaların en yaygınlaştığı alanlardan biri muhasebedir. Muhasebe uygulamalarında bilgisayar kullanımı kuruluşlara göre farklılıklar göstermektedir. Bazı kuruluşlarda bilgisayarın sadece genel muhasebede kullanıldığı,

azalarında ise daha geniş kapsamlı uygulamada olduğu görülmektedir(USLU, 1975, s. 130).

1990 yılında yapılan bir araştırma sonuçlarına göre, muhasebe alanında bilgisayar kullanımının işlem muhasebesi başta ve ağırlıklı olmak üzere (%36,8) sırasıyla işletme muhasebesi, mali tablo analizleri ve yönetim muhasebesi konularında yaygınlaştığı ortaya konmaktadır(ERSOY, 1990, s.30-32).

Bilgisayarın iş dünyasına girmesi ile muhasebede günlük işlemlerde rahatlama yaratırken, kağıtlarda tekrarlanan işlerin hacmi de azalmıştır(MASSİE, 1982, s.179).

Elle günlerce zaman alan işler, bilgisayarda birkaç saatte tamamlanabilmektedir. Defterlerin tutulmasında, muhasebe iş olguları muhasebe fişlerine, buradan yevmiye maddeleri halinde yevmiye defterine işlenir, büyük defterlerin mizanları aracılığı ile biçimsel doğruluk sağlanır. Mizanlardan yararlanarak sonuç çıkartılır. Bütün bunlar zaman alıcı ve tekdüze işlerdi(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.160).

Bilgisayarın muhasebede çabukluk sağlama yararı vardır. Yönetime bilgi akışının, zaman açısından çok önemli olduğu durumlarda, bilgisayarlı muhasebeye geçmek gerekir. Örneğin, fatura kesme, ücret bordrosunu düzenleme gibi sık tekrarlanan ve birçok işlemde bilgisayarın kullanılması büyük zaman tasarrufu sağlar.

Bilgisayarlı muhasebe, denetim sürecinde de büyük kolaylıklar sağlar. Sanayi işletmelerinde maliyetlerin denetimi ticaret ve sanayi işletmelerinde satışların mal cinsleri, müşteriler, bölgeler vb. gibi açılardan dökümü ve denetimi, bilgisayarla daha hızlı ve güvenilir biçimde yapılabilir.

İşletmelerde bilgisayarların kullanılmaya başlaması ile birlikte muhasebe bölümünün önemi çok artmış ve buna paralel olarak, muhasebenin işletme örgüt şemasındaki yeri değişmiştir. Yine bilgisayarların muhasebede kullanımı ile birlikte, muhasebe örgütlenmesinin temel unsurlarında da değişiklikler meydana gelmiştir(DİNÇ, 1996, s.37). Mevcut muhasebe örgütlenmesi ile ilgili kaynaklara baktığımızda, geleneksel muhasebe örgütlenmesinin temel unsurlarının, "muhasebe belgeleri", "yeterli sayı ve nitelikte

eleman”, “işletmeye uygun ve anlaşılması kolay hesap planı” ve “işletmenin tür ve büyüklüğüne uygun defter sistemi” olarak sayıldığı görülmektedir(TÜREDİ, 1987, s.3).

Bilgisayarlı muhasebe sisteminde, bu dört temel unsura yeni bir unsur daha eklenmiştir. Bu unsorda, “işletmenin tür ve büyüklüğüne uygun yazılım ve donanım sistemi”dir. Bunun dışında geleneksel dört temel unsurdan ikisi olan belge ve eleman unsurlarında yapısal değişiklikler meydana gelmiştir. Bilgisayarlı muhasebe ile geleneksel muhasebenin bilgi ve eleman anlayışında farklılıklar olmuştur(DİNÇ, 1996, s.37).



İKİNCİ BÖLÜM

2. PERAKENDE VE ZİNCİRLEME SATIŞ YAPAN İŞLETMELERDE ÖRGÜTLENME

20. Perakendecilik Sektörünün Durumu

Perakendecilik, son yıllarda en hızlı gelişen sektörlerin başında gelmektedir. Yerli ve yabancı çok sayıda yatırımcının bu sektöre yöneldiği görülmektedir. Sektörün büyümesine paralel olarak, sektörde yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. Sektörün cazip olması dolayısıyla, bu sektöre giren çok sayıda şirket rekabet edebilecek alt yapıdan yoksundur. Sadece yerli şirketlerle değil, aynı zamanda perakendecilikte önemli birikime sahip uluslar arası şirketlerle de yarış edilecek olması, şirketlerin etkin ve verimli çalışmalarını zorunlu hale getirmektedir. Perakendecilik insan odaklı bir sektördür. İnsan kaynaklarının seçimi, eğitimi ve geliştirilmesi sektörde başarı için gerekli temel şartlar arasındadır. Sektörde uzun vadeli kalmayı düşünen şirketlerin yatırım yapmaları gereken en önemli alan insan kaynaklarıdır. Şirket stratejileri oluşturulurken, stratejilerin merkezinde insan kaynakları olmalıdır. Teknolojik yenilikler ve mali kaynaklar, insan kaynakları etkin kullanıldığı ölçüde başarıya götürecektir faktörlerdir. Zincir biçiminde örgütlenmenin şirketlere sağladığı yararlar dolayısıyla, perakendecilik sektöründe zincir biçiminde örgütlenme yaygındır. Zincire bağlı mağazalar, büyük ölçüde merkeze bağlı çalışmaktadır. Sektörde başarı, zincire bağlı mağazaların etkin ve verimli yönetilmesi yoluyla elde edilmektedir. Mağaza müdürleri, mağazanın başarısından birinci derecede sorumlu kişi olarak, önemli bir görev üstlenmektedir. Mağaza müdürü, genel merkez ile ilişkileri sürdürebilme yanında, bağımsız bir iş birimini yönetebilme yeterliliklerine sahip olmalıdır(AYDIN, 1997, s.25).

Mağaza müdürünün sektördeki önemli rolü dolayısıyla, yetiştirilmesi ve geliştirilmesi büyük öneme sahiptir. Sektörde faaliyet gösteren şirketler kurumsallaştıkça, mağaza müdürlerinin eğitim ve geliştirilmesi çabalarında artış görülmektedir. Mağaza müdürlüğü

gibi önemli bir konuma gelecek kişilerin sistemli bir biçimde bir göreve hazırlanması, zincir mağazalar için bir zorunluluk haline gelmiştir(ERDOĞMUŞ, 1999, s.23).

Perakendecilik, rekabetin yoğun olduğu dinamik bir sektördür. Perakendeci mağazalar, strateji geliştirirken doğrudan doğruya kontrol edilemeyen çevre faktörleri sürekli olarak değiştiği için, örgütlerin doğrudan kontrol edemedikleri için çevre şartlarını yakından izlemeleri ve çevreye uyum sağlamaları gerekmektedir(TEK, 1997, s.610).

Perakendecilik sektöründe ana stratejiler satışları artırma ve maliyetlerin kontrolüdür. Bu iki strateji, yönetim geliştirme, teknoloji uygulama, insan kaynakları geliştirme ve çevre etkileşimlerini gözetleme uygulamalarıyla desteklenirse uzun dönemde avantaj sağlayacaktır. Rekabet stratejileri, sektör genelinde aynı olmasına rağmen, ekonomik koşullar, işletmenin tipi, büyüklüğü ve bulunan coğrafyaya göre değişiklik göstermektedir(ARIKBAY, 1996, s.60).

Perakendecilik sektöründe tedarik süreci oldukça önemlidir. Perakendeciliğin başarısında başarılı tedarik kanalları ve stratejik tedarik ortakları vardır. Tedarik kaynaklarıyla ilişki kurmada, fuar, sergi, imalatçıların fiyat listeleri, satış elemanları veya perakendecinin dolaşması önemli rol oynar. Tedarikçi seçiminde, sunulan malın uygunluğu, mağaza açısından karlılığı, satış koşulları fiyat politikaları, teslimdeki hız ve düzenlilik önemlidir. Tedarik kaynaklarının en uygun büyüklükte olması, taşıma, indirim, çeşit bulma, daha iyi koşullarda alma gibi avantajlar sağlar. Satınalma yöneticisine yol gösterecek politikalar ise, mal, marka ve modadır(TEK, 1997, s.632).

Teknolojik gelişmelerin önemli boyutlara ulaştığı bu sektör, bilgi teknolojisini, bankacılık ve mali sektörlerden sonra en çok kullanan sektörlerin başında gelmektedir. Banka kredi kartı kullanımının en yaygın olduğu sektörlerden birisi perakendecilik sektörüdür. Perakendecilikteki teknolojik yeniliklerden birisi Eylül 1997'de ilki açılan sanal markettir.

Perakendecilik sektöründe çevre faktörlerinin doğrudan kontrolü mümkün olmazken, örgütsel faktörler kontrol edilebilir bir niteliktedir. Örgütsel faktörlerin etkin ve verimli kullanılması ise önemi her gün artan bir gerekliliktir. Perakendecilik sektöründe doyum

artıkça, boşlukları değerlendirme ve yatırım yaparak büyüme yerine, rakiplerden pay alarak, büyüme önem kazanacaktır. Böyle rekabet ortamında, mevcut mağazaların daha etkin işletilmesi, büyümek, hatta ayakta kalmak için zorunlu olacaktır.

Perakendecilerin insan kaynakları alanında yapacakları iyileştirmeler, en önemli yatırımları olacaktır. Çünkü, personel sektörün yumuşak karnıdır. Bu sektörde eğitim faaliyetlerinin kurumsallaştırılması, personele yapılacak en önemli yatırımlardan birisi olacaktır(KOÇ, 1996, s.35).

200. Perakendeciliğin Tanımı

Perakendecilik, son tüketicilere malları ve hizmetleri doğrudan satma eylemidir. Pazarlama sürecinin en son aşamasıdır. Perakendeciliğin temel niteliği, kişisel tüketim ya da kullanım için malları en son tüketicilere satmaktır. Perakendecilik, her toplumda geçerli temel pazarlama eylemidir. Tarımcılar, imalatçılar, tüketiciler (kooperatif aracılığıyla) perakendecilik yapabilirler. Perakendeciliği uğraşı edinen kimselere ya da işletmelere perakendeci denir(CEMALCILAR, 1999, s.197).

201. Perakendecilik Türleri

İşleyiş yöntemleri açısından, satılan mal türüne göre ve sahiplik açısından olmak üzere çeşitli perakendecilik türleri vardır. Sırasıyla bunlar(CEMALCILAR, 1999, s.199-206);

• İşleyiş Yöntemleri Açısından Perakendecilik;

a) Dükkansız perakendecilik;

- Evde satış,
- Postalama yoluyla satış,
- Makinada satış.

b) Dükkanlı perakendecilik;

- Tezgaha satış,

- Kendin seç al yöntemiyle satış,
- İndirimli satış.

- Satılan Mal Türüne Göre Perakendecilik;

- a) Genel mağazalar,
- b) Sınırlı türde mal satan mağazalar,
- c) Özel mağazalar,
- d) Bölümlü (departmanlı) mağazalar.

- Sahiplik Açısından Perakendecilik;

- a) Bağımsız mağazalar,
- b) Üreticinin mağazaları,
- c) Zincirleme mağazalar,
- d) Perakendeci kooperatifleri,
- e) Tüketici kooperatifleri.

Perakendeciler, büyüklüklerine göre bir ayrıma tutulacak olursa Tablo-1'de gösterilen ayrım söz konusudur.

Tablo : 1
Perakendeci Tanımları

	Satış Alanı (m ²)	Yazar Kasa (Adet)	Diğer Özellikler
Hipermarketler	2500	8	Self Servis, Park, ATM
Büyük Süpermarketler	1000-2499	2	Self Servis
Küçük Süpermarketler	400-999	2	Self Servis
Süpermarketler	100-399	2	Self Servis
Market	51-99	1	Ana cadde, Yan sokak
Bakkal	10-50	1	Sokak, cadde

Kaynak : AC Nielsen Zet, 2000, s.12

202. Perakendecilerin Türkiye'deki Bölgesel Dağılımları

1996 yılında 176.437 olan perakendeci sayısı, 1990 yılında 164.593'e gerilemiştir. 1996 yılında 164.366 olan bakkal sayısı, 1999'da 148.925'e düşerken, hipermarket ve zincir market sayısı, 1.316'tan 2.421'e, marketlerin sayısı 10.755'den 13.427'ye çıkmıştır. Türkiye'de perakende ticaret dağınık durumda olmakla beraber, bu ileriki dönemlerde birleşmeler ve ortaklıklar olmayacağı anlamında değildir. Araştırmalara göre, piyasanın büyüklüğü 70 milyar dolar civarındadır. 2001 yılı itibariyle, hiper ve zincir marketler toplam perakende ticaretin % 28'ini, marketler %16'sını, bakkallar ise %56'sını temsil etmektedirler. 2001 yılındaki tahmini ciro dağılımına bakıldığında toplam ticaretin % 50'sinin bakkallar, %36'sının süpermarketler, %14'ünün marketlerin elinde olacağı görülmektedir. Tablo-2'de gösterilmiştir.

Tablo: 2
Türkiye'de Perakendeci Sayıları ve Gelişimi

	1996	1997	1998	1999	2000	2003*
Hiper/Süpermarket	1.316	1.682	2.135	2.421	2.636	3500
Market	10.755	11.417	12.192	13.427	13.795	16.000
Bakkal	164.366	159.171	155.420	148.925	147.715	131.000
Toplam	176.437	172.270	169.747	164.593	164.146	150.500

Kaynak : AC Nielsen Zet, 2000, s.13

* Tahmin

Perakendecilerin 1/3'ü üç büyük ilde bulunmaktadır. Ağırlık Marmara Bölgesi'nde olmakla beraber, Ege, Akdeniz, İç Anadolu önemli merkezlerdir. Marmara Bölgesinde 66.692, Ege Bölgesinde 35.629, Karadeniz Bölgesinde 18.064, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde 15.505 perakendeci faaliyet göstermektedir. İstanbul, hem kuruluş, hem de çalışan sayısı açısından sektörde önemli bir konuma sahiptir.

Tablo : 3
Türkiye’de Bölgelere Göre Perakendeci Sayıları

	Süpermarket	Market	Bakkal	Diğer	Toplam
Marmara	1.044	5.361	43.669	16.618	66.692
Ege	375	2.134	28.549	7.633	38.691
İç Anadolu	388	1.642	27.752	7.288	37.070
Akdeniz	145	1.165	28.108	6.211	35.629
Karadeniz	110	963	14.311	2.680	18.064
Doğu- Güneydoğu Anadolu	73	927	13.031	1.474	15.505
TOPLAM	2135	12.192	155.420	41.904	211.651

Kaynak: AC Nielsen Zet, 2000. s.13

203. Perakendecilik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler

Türk toplumunun harcamalarında gıda ve içeceğin yeri fazla olduğundan, gıda sektörü büyük mağazacılıkta önde gelen sektör durumundadır. Sektörde faaliyet gösteren holdinglerin başında, Migros ile Koç Holding, Gima ile Fiba Holding, Carrefour ile Sabancı Holding gelmektedir. Türkiye’deki bellibaşlı zincir mağazalar Tablo-4’de gösterilmiştir.

Tablo : 4
Türkiye’deki Bellibaşlı Zincir Mağazalar

İsim	Mağaza Sayısı	Kuruluş Tarihi
Gima	78	1956
Beğendik	15	1986
Makro	11	1993
Migros	128	1954
Bakkalım	145	1999
Tansaş	174	1986
Carrefour	7	1991
Real	6	1998
Contour	2	-
Metro	6	1998
Ordu pazarı	23	1963
Yimpaş	46	1982

Kaynak: AC Nielsen Zet , 2000. s.14

Türk Petrol Holding bünyesinde yer alan Mark and Spencer, Spectrum ve Wendy's, Azizler Holding bünyesindeki BİM, Metro Holdingin bünyesindeki metro, üç-Ge'nin isim hakkını aldığı Tekfen Holding'in Götzen, Transtürk Holding bünyesindeki Mr. Bricolage ve Monoprix sektördeki diğer yabancı sermayeli kuruluşlardır. Türk tüketicisi, geleneksel alışveriş anlayışını değiştirecek çok katlı alışveriş merkezleri ile Galeria'nın kurulmasıyla tanışmıştır.

Tablo : 5
Perakende Ticarete Faaliyet Gösteren Holdingler

Holding adı	Per. Zincirin adı	Ortak	Sektör
Azizler	BİM	Caravans (S. Arabistan)	İndirim Mağazası
Boyner	Çarşı	-----	Bölümlü Mağaza
Doğan	D&R	Raks	Müzik Zinciri
EGS	Nokta	-----	Süpermarket – Hipermarket
Doğuş	Continent	Promades (Fransa)	Hipermarket
Fiba	Gima	Dedeman& Baylar	Süpermarket
Sabancı	Carrefour	Carrefour	Hipermarket
Hamoğlu	Maxi	Carrefour	Hipermarket Süpermarket
İhlas	İhlas Bereket Gıda	-----	Süpermarket
İttifak	Adese	-----	Hipermarket
Koç	Migros	-----	Süpermarket
Metro	Metro	Cash & Carry (Almanya)	Hipermarket
Kombassan	Afra	-----	Süpermarket
Raks	Rahsotek	-----	Müzik zinciri
Tekfen	Makro	Götzen	Süpermarket Nalbur Market
Türk Petrol	MGS Wendy's Spectrum	M&S Wondyis int.	Bölümlü Mağaza Fast Food Ofis Ekipmanları
Transteknik	Planet	-----	Nalbur Market
Transtürk	Mr. Bricolage Monogrix	Mr. Bricolage La Fayette	Nalbur Market Süpermarket
Uçar	Uçar Discount Store	-----	İndirim Mağazası
Yimpaş	Yimpaş	-----	Hipermerket Süpermarket
Çukurova	Paşabahçe	-----	Cam, Porselen

21. Zincir Mağazanın Tanımı ve Tarihsel Gelişimi

Ticaret işletmeleri, toptan ve perakende ticaret yapan işletmelerden oluşur. Ticaret işletmesi, üretici ile tüketici arasında yer alan bir aracı durumundadır. Toptancı işletmenin işlevi, satınalma, satma, depolama, mali kaynak bulma, teslim ve risk taşımadır. Perakendeci işletmenin fonksiyonu da, satınalma, depolama, risk taşıma ve satış hizmetleri sağlamadır(ÖNAL, 1993, s.28-29).

Zincir mağaza, bir merkeze bağlı birden çok mağazanın bir araya gelmesinden oluşan büyük örgütlenmeye sahip işletmelerdir. Zincir mağazalar, tek mağaza işletmeciliğinden birçok yönden farklılık gösterirler. Zincir mağaza için, her şeyden önce birden fazla mağazayı işletiyor olmak gerekmektedir. Zincir mağaza, bir işletme türü olarak, genel tanımıyla, tek merkeze bağlı ve faaliyetlerin belli ölçüde merkezden kontrol edildiği ve genellikle aynı tip perakendeci mağazalardan oluşan bir gruptur(ÖZATAĞ, 1992, s.45).

Zincir mağaza, merkezi sahiplik altında ya da kontrol altında, merkezi yönetime sahip bulunan, iki ya da daha fazla benzer mağazadan (benzer mal türleri satan) oluşan büyük perakendeci kuruluşlardır(KOPARAL, 1988, s.2).

Günümüzde, zincirin kapsamı gereken mağaza sayısının 11 ve daha fazla olması görüşü ağırlık kazanmıştır. Çünkü, mevcut zincire ilave edilecek her yeni mağaza, hem girdiği işkolunda faaliyet gösteren işletmelerle, hem de zincirde yer alan mağazalarla rekabet halinde olacaktır. Bu yüzden, zincire katılacak her mağazanın zincire katkısı incelenmeli ve bu doğrultuda yeni mağaza açılışına karar verilmelidir(AYDIN, 1997, s.4).

Zincir fikrinin ilk örnekleri, dağıtım işlevinde görülmektedir. M.Ö. 2000 yıllarında, Çinli bir iş adamı, pek çok biriminden oluşan bir zincire sahip bulunmaktaydı. İtalya'nın M.S. 79 yılında yıkılan eski Pompei şehrinde, 900 perakende mağazayı kapsayan belirli bir mülkün kira kontratı bulunmuştur. Japonya'daki Mitsui sisteminin eczaneleri 1643 yılından kalmadır ve bu işletme, ülkenin en varlıklı ve en güçlü işletmelerinden biri olmuştur. A.B.D.'de ise, modern zincir mağazalarının gelişimi, 1858 yılında kurulan Great Atlantic and Pacific Tea Company ile başlamıştır. Zincir mağazaların en hızlı gelişimi 1920'li yıllarda olmuştur. Bu yıllarda motorlu araç sayısının artması, mali yardımların

kolay elde edilmesi ve elverişli işkollarının açılması ile, 1930 yıllarına kadar, zincir mağazalar yeni birimler olarak, büyük ölçüde genişlemişlerdir(KOPARAL, 1988., s.11-12).

1930 ve 1950 yılları arasında, gıda endüstrisi dışında, zincir mağazaların birim sayısında artış yavaş olurken, satış hacimlerindeki büyüme önemini korumuştur. Bunun nedenleri ise aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir(KOPARAL, 1988, s.13).

- Bu dönemde birçok gıda, eczane, tuhafiyeye ve benzeri zincirler, süpermarkete dönüştürülmüş, bu nedenle birçok küçük mağaza kapatılıp, yerine büyük mağazalar açılmıştır.

- 1920'li yıllardaki hızlı büyüme, daha sonra birleşmeye ihtiyaç doğurmuştur. Bu nedenle, yeni örgütlenme yapılarına ihtiyaç duyulmakla birlikte, yönetsel sorunların çözülmesi ve yöneticilik yapacak kişilerin becerilerinin geliştirilmesi gerekiyordu.

- 1930'lardaki ekonomik buhran, gelişmede kullanılacak fon açıklarına neden oldu. Tüketiciler az harcamak zorunda oldukları için, genişleme faaliyetlerinden kazanılacak olan da azdı.

- 1950'den sonra, hem mağaza sayısı, hem satış hacminde güçlü bir büyüme gözlenmektedir. Bu büyümeyi uyarayan iki unsur, kuşkusuz, dış mahallelerin oluşması ve alışveriş merkezlerinin gelişmesidir.

Türkiye'de ise zincir mağazaların kurulması ve perakende ticarete yer alması 1960'dan sonra olmuştur. Her ne kadar 1960 öncesinde zincir mağazalara rastlanmakta ise de, bunların gerçek kimliklerine kavuşmaları 1960'dan sonraki tarihlerde olmuştur(ŞİRELİ, 1973, s.27).

Türkiye'de zincir mağazaların bir kısmı, perakende ticarete bir yenilik getirmek ve kendin-al esasına dayanan bir satış sistemi ile rakip kuruluşlar arasında avantajlı olmak amacı ile kurulmuştur. Bu gruba örnek olarak, GİMA ve 19 Mayıs Mağazaları verilebilir.

Türkiye’de zincir mağazaların ikinci açılış nedeni ise, daima önce toptancı veya imalatçı kuruluş iken, bu kuruluşların rekabetin etkisiyle perakende ticarete yönelmiş ve zamanla zincir mağazacılığa dönüşmüş olmalarıdır. Örneğin, 1875 yılında toptancı bir işletme olarak kurumuş bulunan Dilberler, toptan ticarete rekabetin şiddetlenmesi ile 1930-1935 yıllarında perakendeciliğe başlamış ve zamanla gelişerek 1964 yılında bir zincir mağaza haline gelmiştir(AYDIN, 1992, s.54).

Türkiye’de zincir mağazaların üçüncü grubu ise, doğrudan doğruya perakende ticareti hedef alarak faaliyete başlamış ve zamanla zincir mağazaya dönüşmüşlerdir. Bunlara örnek olarak, 1944 yılında kumaş, tuhafiyeye eşyası ve konfeksiyon perakendecisi olarak kurulmuş olan “Atalar Mağazası” gösterilebilir.

Günümüzde zincir mağazalar olarak faaliyet gösteren mağazaların bazıları şunlardır;

- Gıda sektöründe, Migros, İsmar, Gima,
- Giyim sektöründe, Yeni Karamürsel, Huzur Giyim, Ender, Çetinkaya, Çarşı Mağazaları.

22. Zincir Mağazacılık Türleri

Zincir mağazalar, mağazaların sattığı mala göre, mağazaların kurulduğu yere ve coğrafi yapısına göre ve mağazanın sahibine göre sınıflandırılmaktadır(KOPARAL, 1988., s.7).

Sattığı Mallara göre; zincir mağazalar, gıda (süpermarket) eczane, giyim, eşyası, tuhafiyeye, bölümlü mağaza ve benzeri zincirler şeklinde sınıflandırılabilir. Kuruluş yeri ve coğrafi yapıya göre; zincir mağazalar, yerel bölgesel ve ulusal zincirler şeklinde sınıflandırılabilir.

Yerel zincirdeki bütün mağazalar, imalatçının zincir mağazaları, toptancının zincir mağazaları, posta yolu ile satış zincirleri ve kiralanmış bölümlü zincirler şeklinde sınıflandırılabilir. Bağımsız zincir, dış denetimden bağımsız olan, fakat temel amaç olarak

çok sayıda perakendeci örgütlenmesi faaliyetinde bulunmak için, bir birey, ortaklı ya da şirket tarafından yönetilen ve sahip bulunan zincir mağaza işletmesidir.

İmalatçının zincir mağaza işletmesi, kendi mallarının dağıtımını için imalatçı tarafından işletilen bir perakendeci mağazalar grubudur. Bazı imalatçılar, fiyatı kontrol etmek, diğer imalatçılar ise ürünlerin müşteriye en iyi koşullarda ulaşmasını sağlamak amacı ile perakendecilik alanına girmişlerdir.

Dağıtımdaki değişen koşullar karşısında, pazarının büyük bir bölümünü kaybetmekle tehdit edildiği bir duruma karşı koymak için, toptancılar perakendeci birimleri desteklemektedir.

23. Zincir Mağazaların Ortak Özellikleri

Zincir mağazaların, büyüklük, mal bileşimi ve bölüm yönetimi gibi birtakım ortak özellikleri vardır. Bunları sırayla inceleyecek olursak;

a) Büyüklük

Zincir mağazaları ayırt etmekte kullanılan özelliklerden biri büyüklüktür. Mağazalarda büyüklük ölçüsü olarak, yıllık satış hacmi ya da çalıştırdığı eleman sayısı esas alınmaktadır. Yönetim açısından, anlamlı bir ölçü sayılması nedeniyle, gerek İngiltere de gerekse de A.B.D'de, çalıştırılan eleman sayısı esas alınmak suretiyle, diğer iki özelliğe sahip bulunan ve en az yirmibeş kişi çalıştıran perakendeci kuruluşlar, bölümlü mağaza olarak kabul edilmiştir(KOPARAL, 1986, s.2).

b) Mal Bileşimi

Zincir mağazalarda çok çeşitli özelliği olan mallar ile beğenmeli mallar aynı zamanda satışa sunulurlar. Bu özelliği nedeniyle zincir mağazaların, benzer nitelikte olmakla beraber, özellikle gıda maddeleri satan süpermarketlerden ayırt edilmesi mümkün olabilmektedir. Zincir mağazaların, özelliği olan malların satışını yapmalarına karşın bu

mağazaların mal bileşiminde giyim eşyasının ve bunlar içinde de özellikle kadın giyim eşyasının oranı daha fazla olmaktadır(ŞİRELİ, 1973, s.3-4).

Zincir mağazaların satışa sunulan mal bileşimi çok genişir ve bu mal bileşimi mefruşat, giyim eşyası ve diğer malları da içerir. Mallar bölümlere göre sınıflandırılmadıkça, ne mefruşat, ne de giyim eşyası, mağaza tarafından satışa sunulmaz. Aksine bir durumda ise, ya satışa sunulan mal bileşiminin dar olması ya da zincir mağazayı ayırt eden diğer özelliklerden yoksun bulunması nedeniyle, söz konusu mağazalar için ya bir özel mağaza veya bir tuhafiyeye mağazası ya da bir genel mağaza tanımı uygun olur (KOPARAL, 1986, s.3).

c) Bölüm Yönetimi

Zincir mağazaların bir diğer özelliği de, bölümlerin bölüm yöneticileri tarafından yönetilmesidir. Bölüm yöneticileri genellikle malın satın alınmasından, fiyatının belirlenmesinden, satışından ve brüt karın elde edilmesinden sorumludur. Bölüm yöneticisi aynı zamanda bölümün faaliyeti için gerekli elemandan da sorumludur. Bölüm sistemine destek sağlamak amacıyla, muhasebe ve denetim işlevleri, özel bölümleri tarafından yürütülür. Muhasebe sorumluluğu mali-denetim yöneticisinin bünyesinde merkezleştirilir ve bölümlerini daha iyi yönetebilsinler diye bölüm yöneticilerine, faaliyetlere ilişkin istatistikler sağlanır. Geniş ölçekli faaliyetler nedeniyle ve her bölümü aynı derecede ilgilendirdiği için, eleman, kredi, reklam, teslim ve mağaza bakımı gibi görevler merkezleştirilir. Etkin ve yeterli bir uygulamanın gerçekleştirilmesi için, bu görevlerin her birinden uzman bir yönetici sorumludur(KOPARAL, 1986, s. 4).

24. Zincir Mağaza Müdürlüğü Temel Yönetici Özellikleri

Zincir mağazalarda yönetici olarak görev yapacak kişilerin, liderlik, insan kaynakları yönetimi, insanlarla ilişki ve davranış kurabilme becerisi, planlama ve kara verebilme becerisi, dış ilişkilere önem verme, işlevsel yeterlilikler, kişisel gelişime önem verme ve astlarını yetiştirme gibi temel özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bunlar (ERDOĞMUŞ, 1999, s.192);

a) Liderlik

- Takım çalışmasını yönetme,
- İnsanları etkileme,
- Personeli güçlendirme,
- Çok yönlü düşünme ve öncelik belirleme,
- Etkin yetki devri,
- Risk alma,
- Açık ve net görünüme sahip olma,
- Farklı iş ortamlarına uyum kabiliyeti,

b) İnsan Kaynakları Yönetimi

- Maaş ve ücret yönetimi,
- Eleman bulma ve seçme,
- Eleman planlaması,
- Elemanın performansını değerlendirme,
- İşbaşı eğitim ve geliştirme yöntemleri,

c) İnsanlararası İlişki ve Davranış

- İkna,

- İnsanlarla ilişki kurma,
- Sunuş,
- Dinleme,
- Etkin haberleşme,
- Çatışma yöntemi,

d) Planlama ve Karar Verme

- Strateji ve politika geliştirme,
- Mali planlama ve tahlil,
- Rekabet stratejileri geliştirme,
- Pazarlama stratejileri geliştirme,
- Kaynak dağılımı ve kontrolü,

e) Dış İlişkiler

- Şirketi temsil etme,
- İş ilişkileri,
- Resmi ve yerel mekanlarla ilişkiler,
- Müşterileri ziyaret etme,

f) İşlevsel Yeterlilikler

f) İşlevsel Yeterlilikler

- Tanıtım yöntemleri,
- Kategori yönetimi,
- Alan yönetimi,
- Toplantı yönetimi,
- Etkin müzakere becerisi,
- Süreç yönetimi,

g) Kişisel Gelişim

- Girişimcilik,
- Kariyer planlama,
- Zaman yönetimi,
- Kendi kendini örgütleme,
- Yabancı dil,

h) Astlarını Yetiştirme

- Astlarını yönlendirme,
- Astlarını geliştirme.

25. Zincir Mağazalarda Örgütlenme

250. Zincir Mağazalarda Örgütlenmenin Tanımı ve Anlamı

İşletme, faaliyetlerini yürütmek için bir yapıya ya da örgütlenmeye sahip olmalıdır. Genellikle, pek çok müşteri için ayrı işlemlerle uğraştıkları, bazen çok sayıda eleman istihdam ettikleri ve çoğu kez birçok farklı mal çeşitlerini çok sayıdaki arz kaynaklarından tedarik ettikleri için, mağazalar çoğu zaman uygun bir örgütlenme kurmayı özellikle karmaşık ve zahmetli bulurlar.

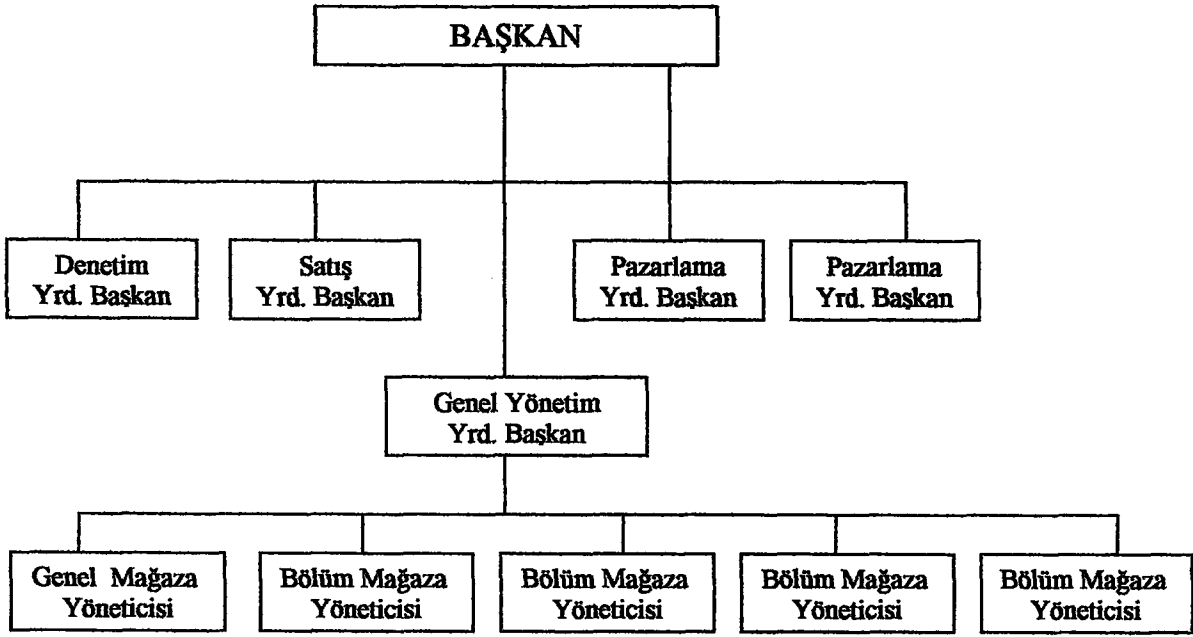
Örgüt planı, büyüklük, satılan mal türleri, sunulan hizmetler ve üst yöneticilerin tercih ve istekleri gibi faktörlere göre değişir.

Mağazalarda örgütlenme dört aşamadan oluşur(KOPARAL, 1988, s.84):

- 1- Mağazanın yerine getirmeyi kararlaştırdığı faaliyetlerin uygun gruplar halinde düzenlenmesi ve belirli bir yere görev verilmesi,
- 2- Faaliyetlerin verileceği elemanların seçiminin sağlanması,
- 3- Her faaliyet grubu için sorumluluk verilmesi ve sorumluluğa uygun yetkinin belirlenmesi.
- 4- Sorumlulukların verildiği bireylerin denetiminin ve aralarındaki uyumlu düzenin sağlanması,

251. Zincir Mağazaların Örgütlenme Yapıları

Bölümlü mağazalar olarak da ifade edilen büyük mağazalar, "iyi bir satış yerinde, herkes tarafından rahatlıkla gezilebilen, aktif bir pazar etkileme politikası ile birbirleriyle ilgisi olmayan mal gruplarının satışa sunulduğu ticari işletmeleri" olarak tanımlanmaktadır. Bölümlü (büyük) mağazaların örgütlenme yapıları Şekil-3'de gösterilmiştir.



Şekil : 3

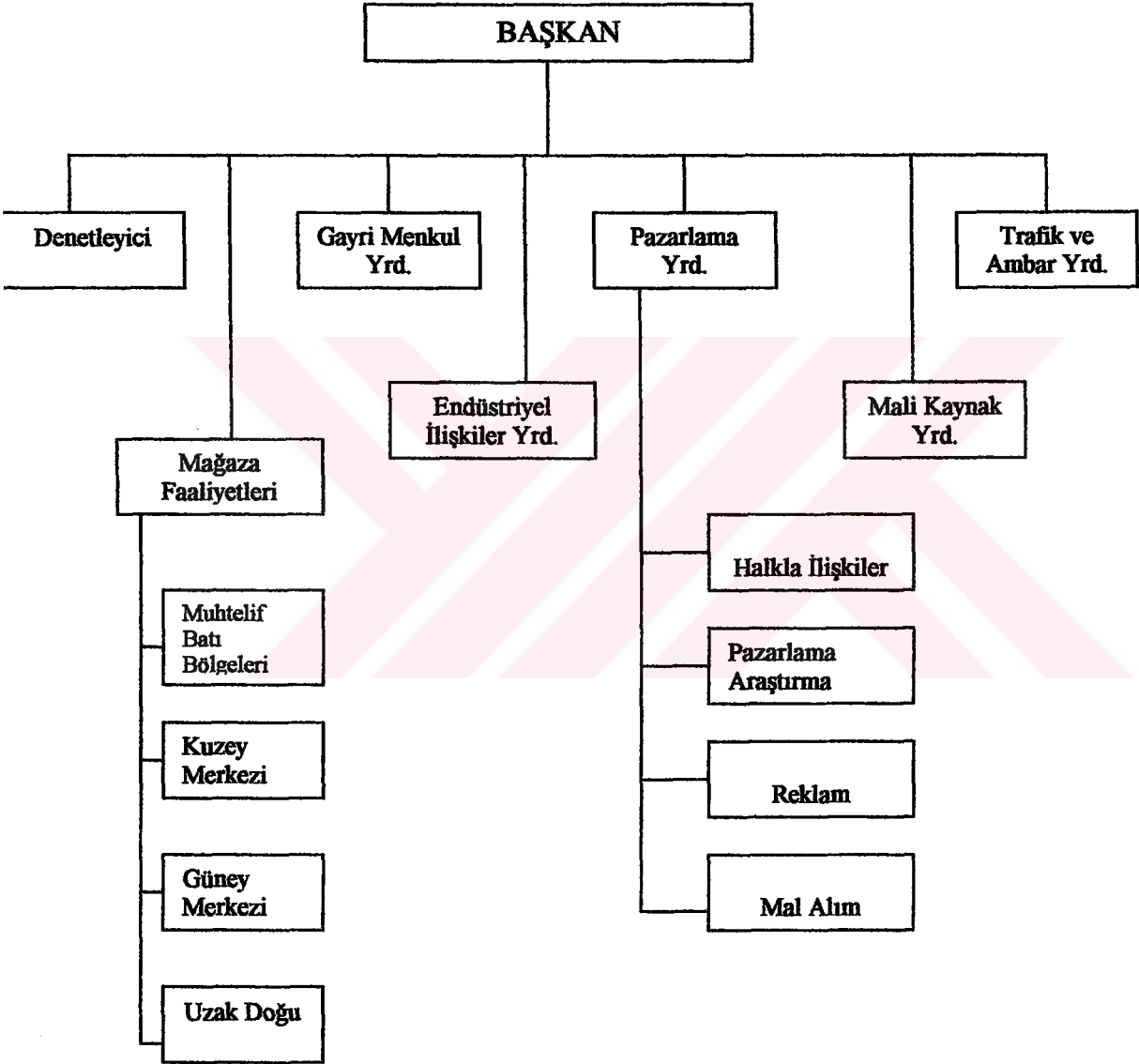
Bölümlü Mağazaların Örgütlenme Yapıları

Kaynak: HARTLEY, 1985, s.144

Zincir mağazalar ise, mülkiyeti ve denetim merkezi olan, benzer mekanik ve teknolojik sisteme sahip bir grup mağazalardan oluşan zincirlerdir. Mağazalar zinciri, yüzlerce hatta binlerce mağazanın tek bir örgütlenme altında olduğu genişlikte olabilmektedir (HARTLEY, 1985, s.144).

Bu tür mağaza örgütlenmesinde birçok birim, genel merkezden kontrol edilmektedir. Mağaza yönetiminin yetkileri sınırlanmaktadır. Mağaza yöneticisi, anahtarı taşır ve ancak küçük mağaza faaliyetleri ve mekanik önlemler hakkında karar verebilir. Diğer yandan zincirlerde, bazı alım ve satış kararlarında, genellikle sorumluluk dağıtılmıştır. Hatırı sayılır seçim tercihlili ve belirgin ticari mallarda bu mağazaların seçim hakkı vardır. Büyük siparişlerde, başlangıçta genel merkez denetimi söz konusudur. Yine de her bir mağaza birimi, bağımsız olarak sipariş vermekte ve kendi satınalma elemanlarına sahip bulunmaktadır. Zincir örgütlenmeler, genellikle bölünme bölümlü mağazalarda zorunlu olarak oluşmaktadır. Zincir mağazaların örgütlenme yapıları, birçok faktöre göre değişiklik gösterebilmektedir. Bunlardan bazıları; büyüklük, coğrafi dağılım, ürün bileşimi, işletme

birimlerinin sayısı ve yerel pazarların yapısı şeklinde sayılabilir. Tüm bu etkenlerin örgütlenme yapısını etkilemesine rağmen, temelde merkezileşme, uzmanlaşma ve standartlaşma, örgütlenme yapısını belirleyen ortak etkenler olmaktadır. Zincir mağaza örgütlenmesine ait bir örnekleme Şekil-4'de gösterilmiştir. Örnek, merkez örgütlenme yapısını ortaya koymaktadır.



Şekil: 4

Zincir Mağazaların Örgütlenme Yapıları

252. Zincir Mağazalarda Örgütlenme Özellikleri

Zincir mağazaların örgütlenme özellikleri şu şekilde sıralanabilir(KOPARAL, 1988, s. 106-107):

a) Mağazalar zincirinin coğrafik dağılımı ne olursa olsun, temel sorumluluklar yönetim merkezinde yoğunlaştırılır. Satış sorumluluğunun, zorunlulukları nedeniyle merkezileştirilmemesi bu kuralın başlıca istisnasıdır.

b) Örgütlenme, özellikli bölümlü mağazalardan daha fazla temel bölümlere ayrılır. Bu bölümler, çoğu zaman emlak ve bakımı, satınalma, reklam-tanıtma, mağaza faaliyetleri, personel , mali-denetim, mal akışı, taşıma, depolama ve diğerlerini kapsar.

c) Bu bölümleri yönetmek için eğitilmiş ve yetenekli üst yöneticiler istihdam edilir.

d) Personel bölümüne, önem verilir ve genellikle temel bir üst yönetici olarak, personel müdürü ya da yöneticisi atanır.

e) Mağaza faaliyetlerine özenli bir biçimde nezaret edilir ve izlenir.

f) Yönetim merkezinin faaliyetler konusunda bilgi sahibi olmasını sağlamak ve üst yöneticilerin sorumlu oldukları tüm faaliyetler üzerinde etkin denetimi korumalarını kolaylaştırmak amacıyla, ayrıntılı raporlar sistemi uygulanır.

253. Zincir Mağazalarda Örgütlenme Birimleri

Zincir mağaza işletmeleri, çoğunlukla şirketler olarak örgütlendikleri için, genel müdür, genel müdür yardımcısı, mali işler danışmanı ve sekreter gibi olağan işletme görevlilerine sahiptirler. Zincir mağaza işletmesinde, bir birey birden fazla işletme biriminden sorumlu bulunabilir. Kurmay yardıma gelince, zincirleme mağaza işletmeleri genellikle hukuk danışmanına sahiptirler. Zincir mağazalar, genellikle işletmenin yöneticileri için, çok çeşitli ve kapsamlı araştırmalar yapan bir araştırma müdürüne sahiptirler. Malların satın alınması, reklam ve tanıtımının yapılması ve fiyatlarının belirlenmesi, ticaret bölümü

tarafından gerçekleştirilir. Satınalma görevlileri, ticaret bölümünün bir parçasıdır, fakat zincir mağazaların satınalma görevlileri genellikle kişisel satıştan sorumlu bulunmazlar. Malların satışı, satınalma görevlilerinden uzakta ve çoğu zaman geniş bir bölgede yer aldığı için satınalma görevlisinin aynı zamanda kişisel satıştan da sorumlu bulunması elverişli değildir(KOPARAL, 1988, s.107-108).

Satış faaliyetlerine, satış noktasında nezaret edilmesi, mağaza faaliyetleri bölümünde yer alan mağaza yöneticilerinin sorumluluğudur. Bununla birlikte, ticaret bölümünün, malların reklam ve teşhirinden sorumlu bulunması, elverişli olmaktadır. Fakat, bunun genel sorumluluğu satınalma görevlilerine değil, ticaret müdürüne aittir. Reklam ve teşhir faaliyetlerinin özel sorumluluğu çoğunlukla ticaret müdürün astı olan reklam tanıtma yöneticisine aittir.

Mali-Denetim bölümü, işletmenin varlıklarını korumak ve işletmenin ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli çalışma sermayesi bulmaktan sorumludur. Peşin ödeme yöntemiyle satış yapan zincir mağaza örgütlenmelerinde kredi ve tahsilat bölümleri yer almaz. Çalışan kişilerin çoğunluğunun mağazalardaki faaliyetler için istihdam edilmeleri nedeniyle, zincirleme mağaza işletmesinin personel bölümünün görevlerinden mağaza faaliyetleri bölümü sorumludur. Personel yöneticisini mağaza müdürünün astı yapmak suretiyle iyi bir eşgüdüm sağlanabilir, fakat zincirleme mağaza örgütlenmesinde personel bölümü bazen örgütlenmenin ayrı bir temel bölümüdür.

Emlak bölümü alışıldığı biçimde zincir mağaza örgütlenmesinin ayrı bir bölümüdür. Zincir mağaza işletmesinin emlak bölümü, kiralama işlerinden de sorumlu bulunur. Büyük zincir mağaza işletmeleri, muhtemelen imalattan sorumlu bir genel müdür yardımcısına sahip bulunurlar. Bu yönetici, zincir mağaza işletmesi tarafından işletilen fabrikaların genel yöneticisi ve koordinatörü olarak hizmet verir(KOPARAL, 1988, s.110-11).

2530. Mağaza Faaliyetleri Bölümü

Zincir mağaza örgütlenmesinin, mağaza faaliyetleri bölümü, mağaza faaliyetlerine nezaret etme, fiziksel mal hareketlerini yönetme, denetim ve malzemelerin satın alınması

ve personelin bulunması ve eğitiminden sorumludur. Bu bölümün sorumluluğunu, mağaza faaliyetleri müdürü üstlenir(KOPARAL, 1988, s.112).

a) Mağaza faaliyetleri müdürü : Mağaza faaliyetleri müdürü, işletmenin temel yöneticilerinden biri olması nedeniyle, politikalar oluşturulurken ve ayarlanırken tartışmalara katılır. Planların yürütülmesine nezaret etmekten sorumlu olması nedeniyle, politikalara uygun olarak faaliyetlerin planlamasına da katılırlar.

b) Mağazalar baş nezaretçisi : Mağaza sayısının çok fazla olduğu durumlarda, faaliyet standartlarının korunmasına ve kurulan politikalara itaatin sağlanmasına dikkat etme sorumluluğu mağazalar baş nezaretçisine verilir. Bölge nezaretçilerinin faaliyetlerinin eşgüdümünden de sorumludurlar.

c) Bölge nezaretçileri : Bölge nezaretçilerinin belli başlı görevleri şunlardır:

- Satınalma,
- Depolama denetimi,
- Fiyatlandırma,
- Reklam-Tanıtma,
- Faaliyet sistemi,
- İnsan Kaynakları yönetimi,
- Toplum faaliyetlerine katılma,

d) Mağaza yöneticileri : Mağaza yöneticileri, zincirleme mağaza örgütlenmesinin son yönetim kademesidir. Mağaza yöneticileri, politikaların ve faaliyetlerin satış noktasında yerine getirilmesinden sorumludurlar(KOPARAL, 1988, s.112-121).

e) Depolama ve mal akış nezaretçisi : Depolama ve mal hareketleri faaliyetlerinden sorumludurlar.

f) Depo nezaretçisi : Depo nezaretçisi, malın depo içindeki yerleşim yerini belirlemekten sorumludur.

g) Mal akış yöneticisi : Mal akış yöneticisinin sorumluluğu iki aşamalıdır. Bu aşamalardan biri tedarik kaynaklarından depolara nakletme, diğeri ise depodan mağazalara nakletmedir.

h) İnsan Kaynakları yöneticisi : Personel yöneticisinin sorumlulukları, personeli işe almak, eğitmek ve morallerini korumaktır.

2531. Ticaret Bölümü

Zincir mağazaların pek çoğunun ticaret bölümü vardır. Aşağıda, ticaret bölümünün örgütlenmesinde faaliyet gösteren yöneticilerin görevleri açıklanmaya çalışılmıştır (KOPARAL, 1988, s.135-148).

a) Ticaret Müdürü : Ticaret bölümünün baş yöneticisi, ticaret müdürüdür. Ticaret müdürü etkin mal, fiyat ve reklam tanıtma politikalarının eşgüdümünden ve yürütülmesinden sorumludur.

b) Satınalma yöneticisi : Satınalma yöneticisi, çoğunlukla satınalma görevlilerinden sorumludur. Satınalma yöneticisi, satınalma görevlilerinin çalışmalarını koordine ve nezaret eder, öğüt verir ve gerektiğinde mal tedarik kaynakları ile görüşmelerde yardımcı olur.

c) Depolama denetim bürosu yöneticisi : Mal hareketlerine ilişkin istatistiksel bilgi, devamlı envanter hesabının mal stoku ile sürekli uyum halinde bulunmasını sağlamak, stok denetim bürosu yöneticisinin görevidir.

d) Reklam-tanıtma yöneticisi : Satınalma, fiyatlama ve reklam-tanıtma fonksiyonlarının uygun biçimde eşgüdümünün sağlanması için, reklam – tanıtma yöneticisi çoğunlukla ticaret müdürünün astıdır. Reklam- tanıtma yöneticisi, satınalma görevlileri ve malların reklam tanıtımıyla ilgilenen diğeri yöneticilerle işbirliği yaparak reklam tanıtma planının geliştirilmesinden sorumludur.

e) Reklam yöneticisi : Reklam yöneticisi, malların reklamının yapılmasında kullanılacak malzemenin hazırlanması, üretimi ve mağazalara dağıtılmasından sorumludur.

2532. Emlak Bölümü

Emlak bölümü, kuruluş yeri ve bina bulma sorunlarıyla ilgilenir. Zincir mağaza genişlerken, bu bölüm çok aktiftir. Fakat gelişme düzeyine erişildiği zaman bu bölümün sorunlarının ivediliği azalır. Kuruluş yeri ve bina bulma sorunlarının sorumluluğu çoğu zaman emlak yöneticisine verilir. Bu yönetici sık sık kuruluş yeri analizleri yapmaktan sorumludur(KOPARAL, 1988, s.118).

2533. Mali – Denetim Bölümü

Zincir mağaza işletmesinde, mali-denetim bölümünün temel işlevleri, faaliyetlere ilişkin gerçekleri toplamak ve raporları hazırlamaktır. Mali-denetim bölümünde faaliyet gösteren kişilerin görevleri aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır(KOPARAL, 1988, s.112-158).

a) Mali–denetim yöneticisi : Faaliyetlere ilişkin gerçekleri toplama, sistemlerin düzenlenmesi ve işletmenin diğer yöneticilerinin ihtiyaç duyabileceği ve devletin isteyebileceği raporların hazırlanmasının genel sorumluluğu mali-denetim yöneticisinin sorumluluğundadır.

b) Baş muhasebeci : Baş muhasebeciye, işlemlere ilişkin bilginin kaydedilmesi ve bu bilgiden, raporların hazırlanması sorumluluğu verilir. Baş muhasebecinin bölümünün hazırladığı en önemli iki rapor gelir tablosu ve bilançodur.

c) Perakende muhasebecisi : Muhasebe faaliyetlerinin bir bölümü perakende muhasebesi olarak adlandırılır. Bu, her bir mağaza ile bağlantı için gerekli muhasebedir ve bundan perakende muhasebecisi sorumludur. Bu tür muhasebe, depolardan ve mal tedarik kaynaklarından gönderilen mallar için mağazalara borç girişleri yapmayı, mal satışları için mağazaları alacaklandırmayı, mağazanın giderlerini kaydetmeyi ve bölge nezaretçileri, mağaza yöneticileri ve diğer yöneticiler için mağaza faaliyetlerine ilişkin raporlar

hazırlamayı kapsar. Bu raporlar, mağaza gruplarının ve mağazaların her birinin nerede ve ne dereceye kadar kuvvetli yada zayıf olduklarını açıklar. Mağaza faaliyet raporları, belirli bir bölgede mağazaların kapatılıp kapatılmamasına ya da yeni mağazaların açılıp açılmamasına karar vermeye temel teşkil edebilir.

d) Genel muhasebeci : Genel muhasebeci, merkezin büyük defter hesaplarından sorumludur. Bu hesaplar, diğer hesapları özetleyen hesaplardır. Büyük bir zincir mağazada kaydedilen fazla miktardaki ayrıntı, mağazalarda tutulan büyük defter hesaplarını özetleyen bir merkez ana hesaplar sistemlerini kurmayı gerektirir. Stoklar hesabı, böyle bir hesaba örnektir. Bu hesap, sırasıyla mağaza hesaplarının özetleri olan bölge envanter hesaplarının bir özeti olabilir. Genel envanter hesabı, depo-envanter hesaplarının bir özeti de içerebilir. Genel muhasip, donatım ve giderler ana hesabı için aynı sorumluluğa sahiptir.

e) Borçlar muhasebecisi : Borçlar hesabının hacmi, bu işin bir bölüme ayrılmasını haklı çıkartabilir. Borçlardan sorumlu muhasebeci, mal tedarik kaynakları ile binlere varabilen işlemlere ilişkin bilginin kaydedilmesinden sorumludur. Borçlar muhasebecisi, büyük defter hesaplarının dengede tutulmasından ve genel muhasip tarafından istendikçe bu dengeye ilişkin tabloların hazırlanmasından sorumludur. Bu muhasebeci, faturaların ödenmesine onay vermektен ve ödenmiş ve ödenmemiş faturaların dosyalarının muhafaza edilmesinden de sorumludur.

f) Vergi muhasebecisi : Vergi muhasebecisi, vergi yasalarının incelenmesinden ve devlet tarafından istenen vergi raporlarının hazırlanmasından, vergi beyanında indirim sağlayacak faaliyet ve politika değişikliklerini teklif etmekten sorumludur. Vergi muhasebecisi, kurumlar vergisi kanununu ve çeşitli bölümlerinin yorumlarını da bilmelidir. Vergi muhasebecisi, vergi beyannamelerinin ödenmesi onayını verir, ödemelerin uygun kaydını tutar ve mali dönem için vergi borcunu tahmin eder.

g) Sigorta yöneticisi : Sigorta yöneticisi, işletmenin sigorta sorunlarına ilişkin tavsiyelerde bulunur, sigorta satın alır, prim ödemelerinin kayıtlarını tutar ve iddiaları dosyaya geçirir. Sigorta yöneticisi, prim ödemelerine ve vadesi gelmemiş primlere ilişkin hesap raporlarını hazırlar. Sigorta yöneticisi, mukaveleleri analiz eder ve işletmenin maruz

kaldığı risklerin yeterli bir biçimde sigorta edilip edilmediğini belirler. İşletmenin ne eksik, ne de aşırı sigorta ettirilmemesine dikkat eder.

h) Bütçe şefi : Bütçe şefi, bütçelerin hazırlanması için koşulların gerektirdiği alışılmış hareket yöntemini başlatmaktan ve fiili durumları kaydetmekten ve planlanmış faaliyetlerle karşılaştırmaktan sorumludur.

i) Baş denetçi : Baş denetçi, raporların ve fiili durumları toplama sistemlerinin doğruluğunu analiz etmekten sorumludur. Baş denetçi, stokların, satışların ve harcama tutarlarının soruşturulması için mağazaları ve depoları ziyaret eden görevlilere nezaret eder. İşletme merkezinde ise, denetim bölümü mağazalar ve bölge büroları tarafından gönderilen raporları inceler.

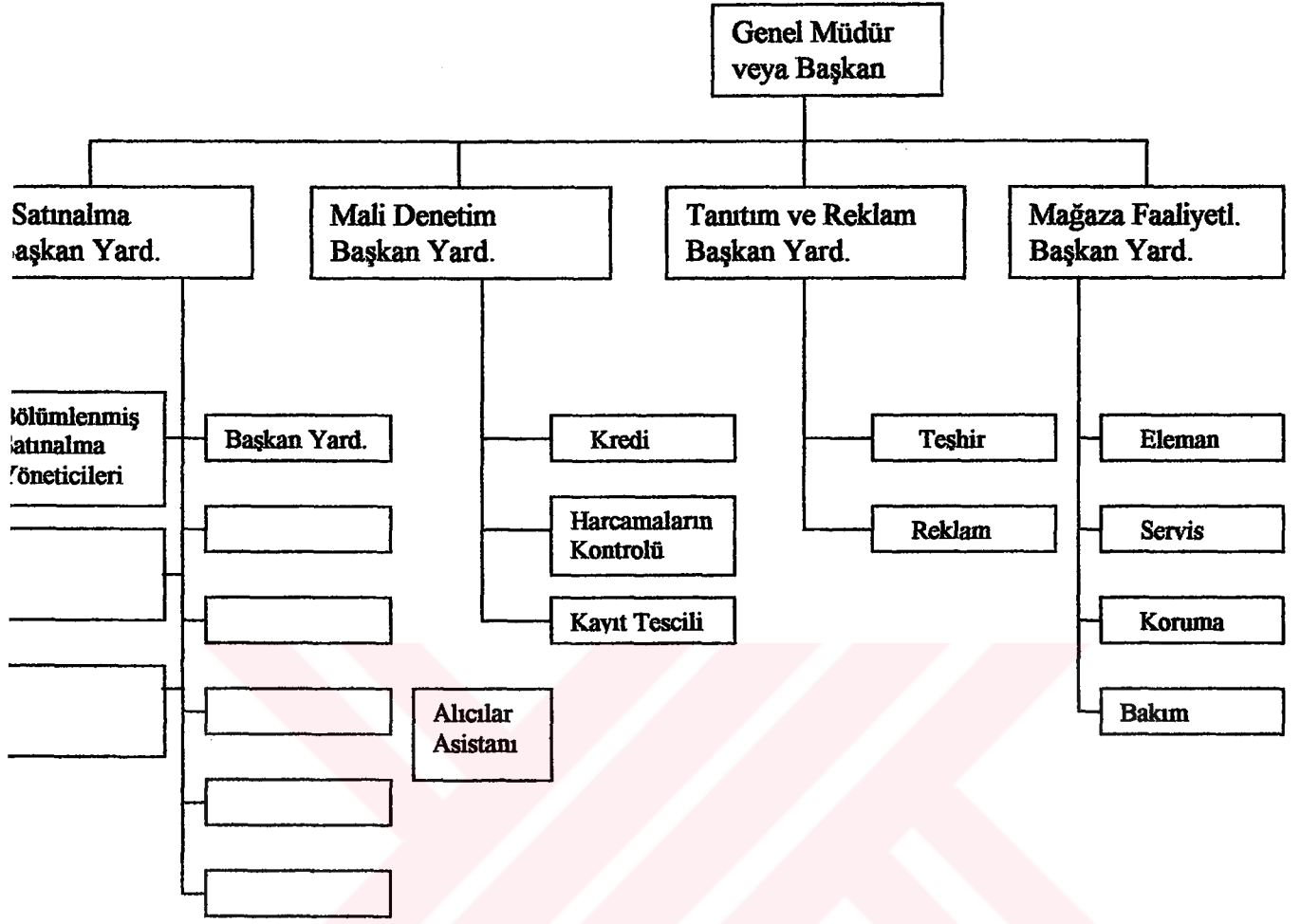
j) Büro yöneticisi : Büro yöneticisi, genel dosyalar, postalama sistemi ve kırtasiyecilikle ilgili işlere nezaret etmekten sorumludur.

k) Malzeme- donatım satınalma temsilcisi : Malzeme-donatım satınalma temsilcisi, malzeme-donatım tedarik kaynakların bulma, bu tedarik kaynakları ile anlaşma koşullarını görüşme ve satın alınacak malzeme donatımının çeşit ve özelliklerini belirleme ve tavsiye etme konularında özel sorumluluğa sahiptir.

26. Zincir Mağazaların Faaliyetleri

Elli yıl önce, Paul Mazur adlı yatırım bankeri mağazaların yapısını dört işleve bağlayan ve kendi adı ile anılan, bir plan oluşturmuştur. Bu dört işlev şu şekilde ifade edilmiştir (HARTLEY, 1985, s.143).

Mazur planı, büyük mağazalarda iş bölümü sağlarken, satınalma ve satış ile görevli olan her bölümü bir sorumluluk merkezi haline getirmiştir. Bu planda bir bölüm, denetim işlevine ayrılmış ve yönetime her bölüm için kapsamlı denetim olanağı sağlanmıştır (SÜMER, 1984, s.42). Plana göre mağaza örgütlenmesi, satınalma, mali denetim, reklam ve mağaza faaliyetleri olmak üzere dört işlevsel bölüme ayrılır.



Şekil : 5

Zincir Mağazaların Dört İşlevi

Kaynak: HARTLEY, 1985, s.139

Mali kaynak sağlama müdürünün temel görevleri, işletme varlıklarını kontrol etmek ve işletme sermayesinin kullanılabilirliğini sağlamak, mali raporlar hazırlamak ve bu raporların alt yapısını oluşturan muhasebe ve diğer kayıtların sistematüğını oluşturmak, işletme bütçesini mal ve masraf bütçesi olarak planlamak ve fiziki envanter ile kontrol etmektir.

Satınalma görevi, mali kaynak sağlama, reklam-tutundurma ve mağaza faaliyetleri müdürleriyle işbirliği halinde yönlendirmek satınalma müdürünün görevleri arasındadır.

Reklam-tutundurma müdürünün görevleri ise, tüketiciden gelen bilgileri uygulamaya koyma ve pazar araştırması yaptırmaktır. Özellikle bütün tanıtım ve satış artırıcı faaliyetler bu müdürün sorumluluğundadır.

Mağaza faaliyetleri müdürü, diğer bölümlerin dışında kalan faaliyetlerin tümünden sorumludur. Bunlar arasında yer alan, mağaza yan ünitelerinin geliştirilmesi, mağazanın bakımı ve güvenliği, müşteri hizmetleri, mal kontrolü ve depolanması ile personelin verimlilik değerlendirmesi gibi işlevler, bu müdürün görev kapsamına girmektedir.

Büyük bölümlü mağazalar örgütlenme yapıları için genellikle dört işlevli bir örgütlenme planı olan Mazur Planı'nı uygularlar. Büyük bölümlü mağazalar, mağazanın faaliyetlerini dört gruba ayıran dört işlevli örgütlenme planını kullanırlar. Bu örgütlenme planının dört gruba ayırdığı faaliyetler; mal alım-satım, reklam-tanıtma, mağaza yönetimi ve mali-denetimdir. Bu yaygın ölçüde kabul görmüş örgütlenme yapısı, bu planı öneren yatırım bankacısı ve Amerikan Ulusal Perakende Mensucat Birliği mağaza örgütlenmesi özel komite başkanı Paul Mazur onuruna Mazur Planı olarak adlandırılır(KOPARAL, 1988, s.75).

Tablo : 6

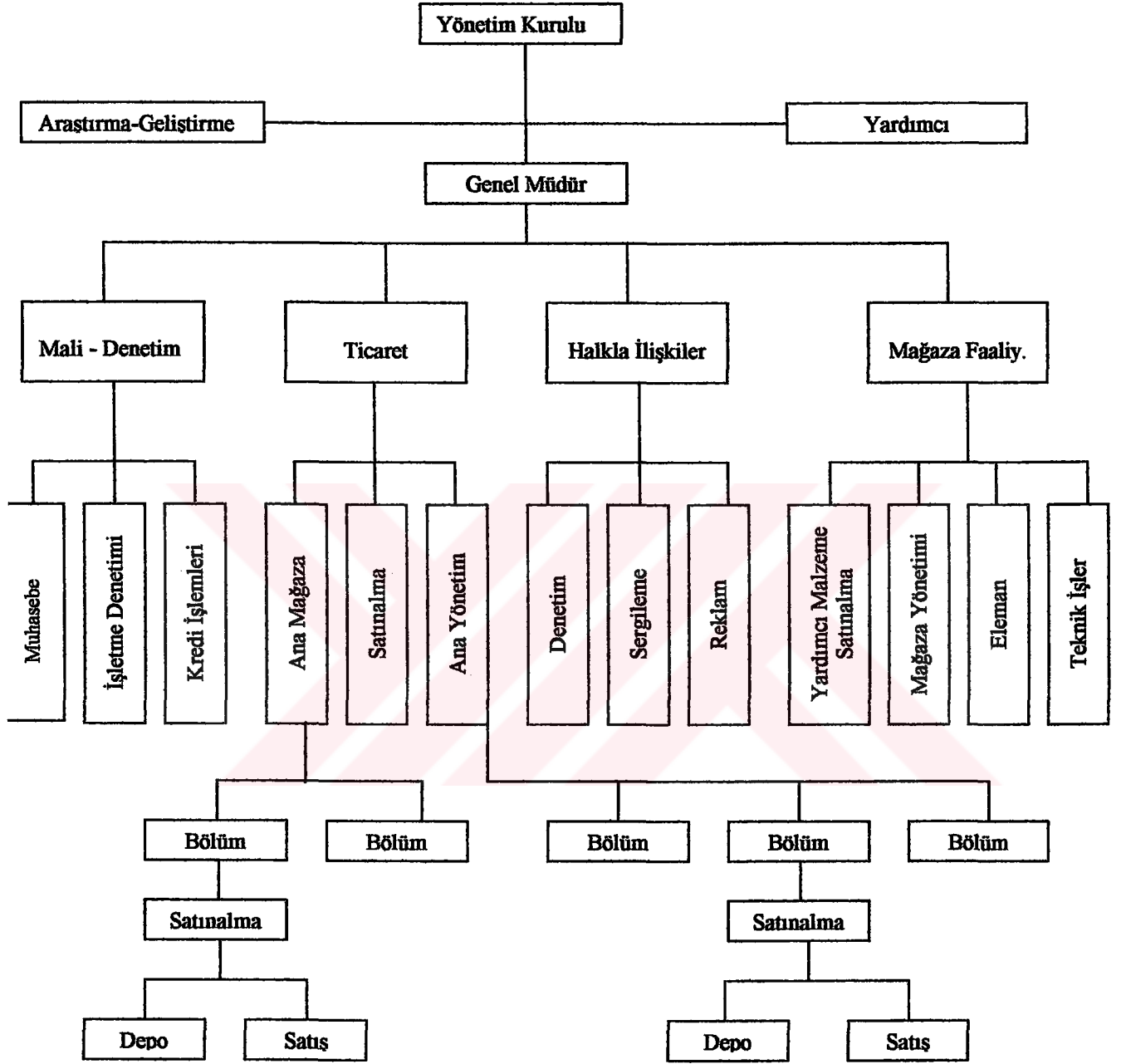
Mazur Plana Göre Mağazanın Bölümlerinin Görevleri

BÖLÜMLER	SORUMLULUKLAR
Satılma	Alım, Satım, Depo Kontrolü.
Reklam ve Satış, Tanıtım	Reklam, Teşhir, Satış Tanıtım Faaliyetleri, Müşteri İlişkileri.
Mali-Denetim	Muhasebe, Masrafların Planlama ve Denetimi, Kredi.
Mağaza Faaliyetleri ve İnsan Kaynakları	Mağaza İnşaatı ve Bakımı, Mağazanın Korunması Faaliyetler, Muhaberat, Ambar, Dağıtım, Nakliye, Eleman Seçimi, Eleman Hizmeti, İşçi İlişkileri, Eğitim, Tecrübe Gelişimi.

Kaynak: HARTLEY, 1985, s.141.

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DEKÜMANTASYON MERKEZİ**

Bu plana göre önerilen kapsamlı mağaza örgütlenmesi de Şekil-6'da gösterildiği gibidir.



Şekil: 6
Mazur Planda Önerilen Örgüt Yapısı

Bununla birlikte, bölümlü mağazaların örgütlenme yapılarında önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Bölümlü mağazaların örgütlenme yapılarında meydana gelen önemli değişimlerden birincisi, şube mağazalara ilişkin örgütlenme modellerinin geliştirilmesidir. Günümüzde tüm bölümlü mağaza satışlarının dörtte üçünden fazlasını gerçekleştiren şube mağazaların gelişmesi, ana mağazaların çözmek durumunda buldukları birçok yeni ve zor örgütlenme sorunlarını ortaya çıkarmaktadır. Şube mağazalara sahip bulunan bölümlü mağazalar, şube mağazaların büyüklüğünü ve sayısını, şube mağazaların ana mağazaya olan uzaklıklarını, şube mağazaların satışa sundukları mal bileşimlerini ve amaçlarını göz önünde bulundurmak suretiyle, bir örgütlenme modeli geliştirmeye çalışırlar. Şube mağazaların sayısı çok az ya da çok fazla olan bölümlü mağazalar, ana mağaza ile şube mağaza faaliyetlerinin yönetilmesinde merkezleşme uygulamasına yönelirken, şube mağazaları büyüklük açısından gelişmeye ya da sayıca artmaya başlayan bölümlü mağazalar merkezleşmeme uygulamasına yönelmektedir(KOPARAL, 1988, s.93-95).

1. Merkezleşme Uygulaması : Çok az ya da çok fazla sayıda şube mağazaya sahip bulunan bölümlü mağazalar, şube örgütlenmelerini geliştirirken merkezleşme uygulamasına yönelirler. Ana mağazadan önemli ölçüde küçük birkaç mağazaya sahip bulunan bölümlü mağazalar, 'Uydu Mağaza Planı' olarak adlandırılan örgütlenme modelini uygularlar. Çok fazla sayıda şube mağazaya sahip bulunan bölümlü mağazalar ise, her bir şube mağazayı bölümlü mağazalar zincirinin bir birimi kabul ederler. 'Eşit Yönetim Ağırlıklı Mağaza Planı' olarak adlandırılan örgütlenme modelini uygularlar.

2. Merkezleşmeme Uygulaması : Şube mağazaları büyüklük açısından gelişmeye ya da sayıca artmaya başlayan bölümlü mağazalar, merkezleşmeme uygulamasına yönelme eğilimi gösterirler. Şube mağazalara uygulanan bu örgütlenme modeli, 'Özerk Mağaza Planı' ya da 'Ayrı Mağaza Planı' olarak adlandırılır. Bu plan, yerel koşullara en fazla esnekliği ve uyumu sağlamasına karşın, katlanarak çoğalan yönetim ve satın alma aylıkları, seyahat giderleri ve diğer giderleri gerektirir. Özerk mağaza yaklaşımını benimseyen bu örgütlenme modeli aynı zamanda mağazaların birleşik satın alma gücünü azaltır ve ana mağaza ile şube mağazalar için tutarlı bir mağaza imajı oluşturma çabalarını çatıştırır.

Günümüzde, zincir mağazalarda merkezleşme uygulaması yoğunlukla görülmektedir. Merkezleşme yaklaşımlarından olan, uydu mağaza yaklaşımı ve eşit yönetim ağırlıklı mağaza yaklaşımlarını inceleyecek olursak(KOPARAL, 1988, s.94-95);

▪ **Uydu Mağaza Yaklaşımı :** Uydu mağaza planında, ana mağaza örgütlenmesi şube mağazayı yönetir. Ana mağazanın reklam tanıtma yöneticisi şube mağaza için de reklam faaliyetlerinde bulunur. Mali-denetim yöneticisi ile mağaza yöneticisi işlevlerini hem ana mağazaya hem de şube mağaza için yerine getirirler. Ana mağazanın bölüm yöneticileri ise tüm satınalma faaliyetlerinden sorumludurlar. Bu bölüm yöneticileri ana mağazadaki satış faaliyetleri üzerindeki doğrudan nezaret ve denetimlerini sürdürürler. Şube mağaza bölümlerinin nezaretçileri, şube mağaza yöneticilerinin emir ve komutası altında varsayılmalarına karşın, ana mağazanın bölüm yöneticileri şube mağazalardaki satış faaliyetlerini de önemli ölçüde etkiler ve denetlerler.

▪ **Eşit Yönetim Ağırlıklı Mağaza Yaklaşımı :** Çok sayıda şube mağazaya sahip bulunan bölümlü mağazalar, şube örgütlenmesinde eşit yönetim ağırlıklı mağaza modelini benimsemeleri nedeniyle, satınalma işlevi de dahil olmak üzere temel yönetim işlevlerini tek bir yönetim merkezinde yoğunlaştırırlar. İktisadi olma amacıyla, çoğu zaman üst yönetim ve satın alma büroları ana mağaza ile aynı büroda bulunur. Bununla birlikte, satınalma yöneticileri ile yönetim merkezindeki diğer üst yöneticilerin ana mağaza satış bölümleri ile ilgili hiçbir özel sorumluluk ya da görevleri bulunmaz. Satış sorumlulukları satın alma sorumluluğundan ayrılır ve ana mağaza ile şube mağazaların tümü eşit örgütlenme statüsündeki satış birimleri durumuna gelirler. Bu durumda, bir bölümlü mağazalar zinciri söz konusu olduğu için, eşit yönetim ağırlıklı mağaza planı olarak adlandırılan örgütlenme modelinde zincir mağaza örgütlenmesi ilkeleri uygulanır.

Zincir mağaza örgütlenme ilkelerini şöyle özetlemek mümkündür(KOPARAL, 1988, s.95-97):

✓ Mağazalar zincirinin coğrafik dağılımı ne olursa olsun, temel sorumluluklar yönetim merkezinde yoğunlaştırılır. Satış sorumluluğunun, zorunluluklar nedeniyle merkezleştirilmemesi bu kuralın başlıca istisnasıdır.

✓ Örgütlenme, bölümlü mağazalardan daha fazla temel bölümlere ayrılır. Bu bölümler çoğu zaman taşınmaz mallar ve bakımı, satın alma, satış çabaları, mağaza yönetimi, personel (insan kaynakları), mali-denetim, mal akışı, taşıma, depolama ve diğerlerini kapsar.

✓ Bu bölümleri yönetmek için eğitilmiş ve yetenekli üst yöneticiler istihdam edilir.

✓ İnsan kaynakları bölümüne önem verilir ve temel bir üst yönetici olarak insan kaynakları müdürü ya da yöneticisi atanır. (Birçok bölümlü mağaza da bugün aynı politikayı izlemektedir.)

✓ Mağaza faaliyetlerine özenli bir biçimde nezaret edilir ve izlenir.

✓ Yönetim merkezinin faaliyetler konusunda bilgi sahibi olmasını sağlamak ve üst yöneticilerin sorumlu buldukları tüm faaliyetler üzerinde etkin denetimi korumalarını kolaylaştırmak amacıyla ayrıntılı raporlar sistemi uygulanır.

27. Zincir Mağazaların Mali Yapıları

Çağdaş mağazacılıkta amaç, görüntü karları kontrol etmek değil, onlardan yararlanarak enflasyon ortamında kara geçmektir. Büyük mağazalarda ürün devir hızları genelde düşüktür. Bu nedenle de yüksek kar marjı ile çalışırlar. Aktif karlılığın istenen değere getirilmesi için, net kar marjları yüksek tutulur. Bu nedenle, satış stratejisi olarak fiyatlarla oldukça fazla oynamak mümkündür. İndirimler, kredi açılması gibi kar fedakarlıkları devir hızını artırmak için yapılır. Bu ticari işletmenin varlık yapısı, sabit ve dönen varlıkların bileşiminden oluşur (AYDIN, 1997, s.31).

Aktif Karlılık Oranı = Net Kar Marjı * Aktif Devir Hızı

Varlık = Sabit Sermaye + Dönen Varlık

Dönen Varlık = Kasa + Banka + Stok

Perakende satış işletmelerinde ise varlık yapısını belirleyen en önemli unsur mal stoklarıdır. Bu doğrultuda da, stok yönetimi bu işletmelerin mali durumlarını belirleyen en önemli etkenlerin başında gelir. Günümüzde enflasyon etkisiyle, işletmeler nakit bulundurmaktan kaçınmaktadırlar. Bu durum, stokların nakde çevrilmesinin belli bir düzene bağlanmasını ve satışların önceden ve gerçekçi düzeyde tahmin edilmesini gerektirmektedir. Her işletme kasasında belli bir düzeyde nakdin yanı sıra, bankalarda da bir miktar mevduat bulundurmak zorundadır. Alışverişlerini bitiren müşterilerin ödemelerinde hangi seçeneklerin sunulacağı, işletmenin türüne, pazarlama stratejisine ve mali gücüne bağlı olarak değişir. Günümüzde artan rekabet ve yaygınlaşan banka parası kullanımı, perakende satıştan doğan alacakların tahsili için yeni seçenekler getirmiştir. Ödeme türleri genelde (AYDIN, 1997, s.32);

- Peşin (nakit veya çek) ödeme,
- Vadeli ödeme (banka kartı ile, kupon ile ödeme, kredili satış) olarak ikiye ayrılır.

Buna göre mağaza işletmelerinde, nakit yönetimi stok yönetiminden sonra en önemli konulardan biri olarak ortaya çıkmaktadır. Bu işletmelerin en uygun kar planlamasında, stok ve nakit yönetimindeki başarı belirleyici olmaktadır.

28. Zincir Mağazalarda Satınalma ve Satış Faaliyetleri

Büyük mağazaların faaliyet konusu, mal alım satımı olduğundan, bu tür işletmelerde satınalma ve satış, iki temel işlevi oluşturur. Bu işletmelerin örgüt yapıları, satınalma ve satış işlevlerinin durumuna göre üçe ayrılarak incelenebilmektedir (AYDIN, 1997, s.38).

- Satınalma ve satış faaliyetlerinin aynı bölüm veya kişi yetki ve sorumluluğunda olması,
- Satınalma ve satış faaliyetlerinin ayrı bölüm veya kişi yetki ve sorumluluğunda olması,

- Satınalma ve satış faaliyetlerinin kısmen aynı bölüm veya kişi yetki ve sorumluluğunda olması,

Bu farklılaşmayı belirleyen faktörler ise şu şekilde sıralanabilir(SÜMER, 1984, s.31).

- Mağazanın türü (şubeli, şubesiz veya zincir oluşu),
- Mağazanın büyüklüğü,
- Satınalma kaynaklarının durumu,
- Mağazadaki satış talebinin durumu,

Satınalma ve satış işlevlerini aynı bölüm veya kişi yetki ve sorumluluğunda olması ile kısım yöneticileri kendi kısımlarındaki malların satın alınmasından, depolanmasından, satışından, fiyatının belirlenmesinden , reklamından ve kısmın yönetiminden sorumludur. Kısım yöneticisi, mağaza büyüklüğüne göre, işletme yöneticisine, ticaret müdürüne veya kat şefine bağlı olabilir. Bu tip örgütlenme, daha çok şubesiz büyük mağazalara uymaktadır. Şubesiz büyük mağazalarda, bu tip örgütlenme, personel giderlerinden tasarruf sağlarken, satınalmayla satış faaliyetlerinin ayrılması durumunda karşılaşılan eşgüdüm sorununu azaltmaktadır.

Satınalma ve satış faaliyetlerinin birleştirilmesinin nedenleri şöyle sıralanabilir (SÜMER, 1984, s.36).

- Bölümün karlılığından sadece bir kişi sorumlu olabilir. Bu kişi de kısım yöneticisidir. Kısım yöneticisi hem mal alımından, hem de satışından sorumludur.
- Satınalma elemanının, tüketici isteklerini bilmesi için, tüketicilerle devamlı irtibatta olması gerekmektedir.

- Merkezde görevli satınalma elemanları tarafından gerçekleştirilen satınalma , mal karışımının yerel pazar şartlarına uyumunu zorlaştırmaktadır. Merkezi satınalma benzer talep şartlarını varsaydığından, alıcıların özel istekleri yerine getirilememektedir.

- Sadece malı satın alan kimse satış elemanına mal hakkında bilgi verebilir.
- Satın alan eleman yanında satış yöneticisinin de olması maliyetleri yükseltir.

Satınalma ve satış faaliyetlerinin ayrı bölüm veya kişi yetki ve sorumluluğunda olmasına dayanan sistem, zincir mağaza ve şubeli mağazalara uygun bir sistemdir. Satınalma ve satış işlevlerinin ayrılması halinde satış bölümlerinin örgütlenmesinde merkez-kaç yönetime ağırlık verilmelidir. Çünkü, satınalmanın daha fazla hareket özgürlüğüne gereksinimi vardır. (Özellikle şubeli mağazalarda).

Satınalma ve satış faaliyetlerinin birleştirilmesinin nedenleri de aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir(AYDIN, 1997., s.41):

- Satınalma ve satış, bir mal aracılığı işleminin iki ayrı faaliyetidir.
- Merkezi satınalma, işletmeyi sürekli yeni ve moda olan mallara yöneltilir.

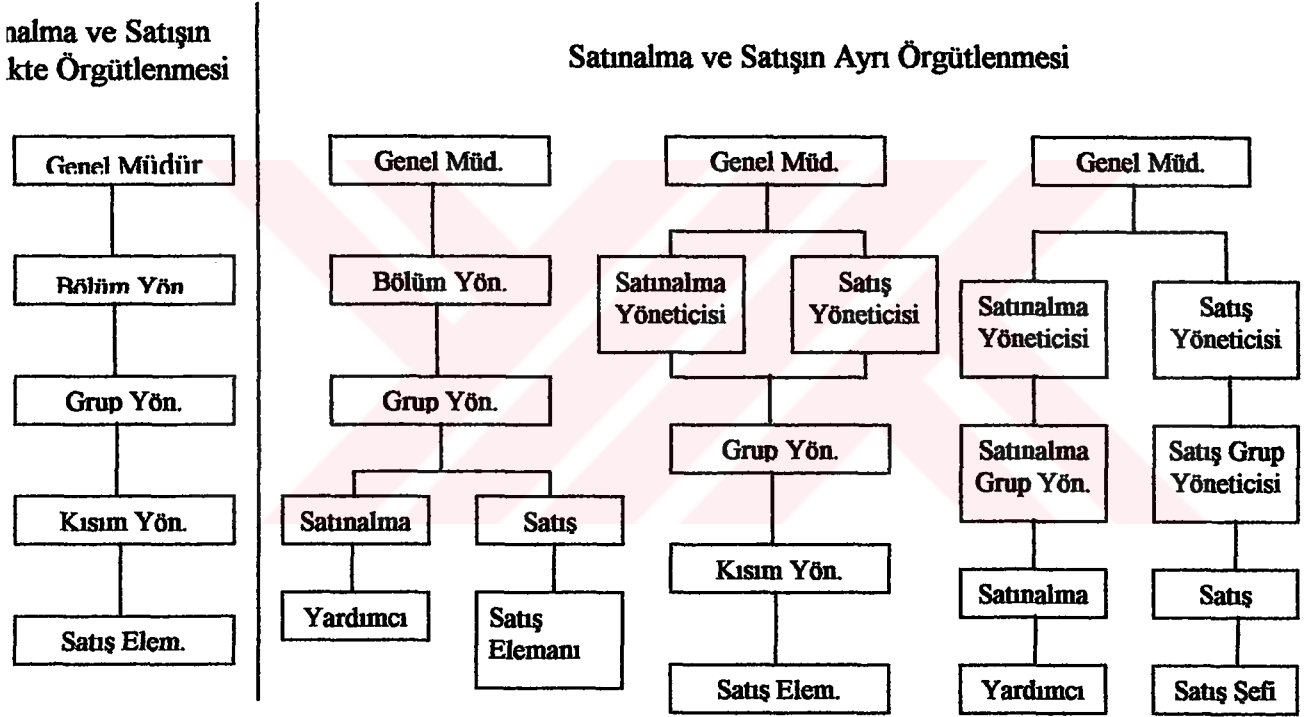
Kısım yöneticisinin modayı ve yeni malları izleyebilmesi için uzun süre satış ile ilgisini kesmesi gerekir.

- Satınalmanın merkezileşmesi, mal politikalarında eşitliği sağlar.
- Örgütlenmiş satınalma, daha rahat bir planlama ve denetim sağlar. Hasılatın, karın, giderlerin, fiyat indirimlerinin, ambar durumunun ve diğer bilgilerin karşılaştırılması, satınalmanın daha iyi planlanmasını sağlar.
- Satınalma ve satış faaliyetlerinin birbirinden ayrı olması aynı zamanda iki bölümün birbirini denetim imkanını sağlar.

- Merkezi satınalma, personel, nakliye, gibi satınalma giderlerini azaltır.

• Şubelerin benzer kısımları için, satınalmanın merkezileştirilmesi mağazanın satınalma gücünü de artırmaktadır. Bu da sadece uygun satınalma şartlarını değil, aynı zamanda büyük mağazanın pazarı etkilemesini de sağlamaktadır.

Satınalma ve satış işlevlerini birlikte ya da ayrı sorumluluklarda örgütlenmesine yönelik karşılaştırmalı örnek Şekil-7'de gösterilmiştir.



Şekil : 7

Satınalma ve Satış İşlevlerinin Birleştirilmesi ve Ayrılması

Kaynak: SÜMER, 1984, s.39

Daha fazla mal ve daha riskli stok takibi, daha fazla müşteri ve buna bağlı olarak artan eleman sayısı, daha büyük mağaza, bütün bunların sonucunda daha fazla satış ve daha sıkı kasa takibi, mağazacılık sektörünün gelişmesi için olmazsa olmaz koşuldur.

Sürekli ve kesintisiz satış, doğru stok ve envanter takibi, en az stokla en çok karlılık, hatasız muhasebeleştirme ve daha hızlı, daha doğru, daha çok bilgi akışı; tüm bunlar ticari başarının gerekli koşullardır. İşte mağazada bilgisayar örgütlenmesi ile tüm bu komplike işlemler bir arada ve hatasız yapılabilir, geleceğe yönelik yatırım kararları saptanabilir.

Perakende satış yapılan büyük ve küçük mağazalarda, satışın en fazla yaşandığı satış noktalarında, riski ve yoğunluğu önemli ölçüde azaltan sistemler vardır. Satış Noktası İşletim Sistemi(Perakende Satış Sistemi), mağaza işletmeciliğinin vazgeçilmez ve olmazsa olmaz araçları haline gelmiştir. Bu tip işletmelerin planlama, yürütme ve denetim süreçlerinde başarıya ulaşabilmeleri için günümüzde bilgisayarlı örgütlenmeye ihtiyaçları bulunmaktadır.

Mağaza bilgisayar örgütlenmesinin, en önemli özelliklerinden biri, stok yönetimine sağladığı avantajlardır. Bunlar kısaca şöyle sıralanabilir.

1. Doğru malı doğru zamanda almak,
2. En çok malı en uygun fiyata almak,
3. En uygun miktarda mal stoku ile müşteri talebini karşılamak,
4. Fire ve kaçakları en az düzeye indirmek,
5. Raf ve kısım takibi sayesinde stok satışlarını ve stokların raflarda bekleme sürelerini kontrol altında tutmak,
6. En önemlisi de, bu tür işletmelerin sahip olduğu binlerce çeşit malın, bire bir takibini yapmak.

Mağazacılık uygulamalarının sağladığı süratli ve denetimli satış imkanlarından yararlanarak stok denetimi yapılabilir, fire ve kaçaklar en aza indirilebilir. Ayrıca, mağazacılıkta bilgisayarlı örgütlenme uygulamaları, yönetim kararları için de doğru ve güvenli bir alt yapı oluşmasını sağlar. Böylece merkezi satın alma ve karar alma süreci

hızlandırılarak, idari kadronun, mali hareketleri izleyip nakit akışını denetim altında tutması sağlanmaktadır.

Mağazalarda çubuk kodu ve satış noktalarındaki bilgisayarlı örgütlenme uygulamaları birbirinden ayrılmaz hale gelmiştir. Çubuk kodu okuyabilme, satış noktalarına kurulabilecek işletim sistemlerinin en belirgin, hatta olmazsa olmaz özelliklerinin başında gelmektedir. Bu tür donanımları edinmeden önce, kullanıcının sorması gereken sorular çok fazladır. Her şeyin başında, kullanıcının perakende satış fişini nasıl vereceğini, faturalı satışa ne kadar gereksinme duyduğunu belirtmesi gerekir.

Satış noktasında çubukkodu okutarak satış yapmak ve satışın bilgisayara kaydedilmesini sağlamak için, ana bilgisayara bağlı işletim sistemleri kullanmak yeterli değildir. Bu işletim sistemlerine bağlı yazıcılarda perakende satış faturası basılabileceği gibi, satışın bilgisayara işlenmesinin ardından, bağımsız bir yazarkasadan perakende satış fişi basmak da olanaklıdır. Öte yandan, Maliye Bakanlığı'nın onay verdiği bilgisayar bağlantılı bir satış noktası işletim sistemi kullanarak, perakende satış, hatta gerektiğinde fatura basmak da bir yoldur.

29. Zincir Mağazalar İle Küçük Mağazaların Mukayesesi

Zincir mağazaların küçük mağazalara göre bir çok üstün tarafları olduğu gibi, bir çok da zayıf tarafları vardır. Bunların belli başlıları şunlardır:

290. Zincir Mağazaların Üstünlükleri

Zincir mağazaların küçük mağazalara göre birçok üstünlüğü vardır. Bunlar aşağıda sıralanmıştır(KOPARAL, 1988, s.14-15):

- Zincir mağazalarda mağaza başına sabit maliyetler (taşınma, depolama, reklam ve tutundurma gibi) büyük ölçekli çalıştıkları için düşüktür. Bu da, fiyatların bu mağazalarda çekici olmasını sağlar.

- Bu tip mağazalarda, tüketicilerin çok sayıda cins arasından seçim yapma olanakları vardır.

- Zincir mağazalarda satılan mallarda kalite ön plandadır. Bu mağazalar çoğu zaman kendi markalarını satarlar. Bu da, zincir mağazalarda satılan malın kalitesinin sürekli olarak kontrol edilmesini zorlamakta, bunun sonucu olarak da oluşan uzmanlaşma, tüketicinin korunması paralelinde, sosyal pazarlama anlayışının yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Yine, hedef alınan tüketici bu mağazalardan alışveriş yaparak, kendini ayrıcalıklı hissetmektedir.

- Zincir mağazalar, toplam riski mağazalara dağıtma imkanı sağlar. Ayrıca yeni açılan her zincir, geçmişteki tecrübelerden faydalanarak, birçok sorunu çözerek işe başlayabileceğinden, eski mağazalar, yeni mağazalara tecrübe ve ihtisaslaşma imkanı sağlamaktadır.

- Yine bu mağazalar, özellikle süpermarket şeklinde olduklarından, tek duraklı alışveriş imkanı ile ticaret yapısını değiştirmişlerdir.

- Yüksek satış hacmine ulaştıkları için, kapasiteli, yetenekli yöneticiler istihdam etme imkanları yüksektir. Ayrıca satın alma, fiyatlandırma gibi konularda ihtisaslaşmış yöneticiler bulundurur.

- Zincir mağazalar, imalatçıların ürün geliştirme, ticaret ve satışları artırıcı çabaları ile tüketici pazarının ihtiyaç ve istekleri arasında eşgüdüm vazifesi görürler.

- Bilgisayarlı örgütlenme ve bilgi işlem uygulamalarına çok çabuk adapte olabilme özellikleri nedeniyle, stok denetimi ve örgütlenmesinde büyük kolaylıklar sağlarlar.

- Zincir mağazaların ithalat imkanları küçük mağazalara göre daha yüksek olduğundan, bu pazarlarda yeni zincir açma imkanları yüksektir.

- Güçlü mali yapıları ve büyük ölçekli olmaları nedeniyle mali kurumlar karşısında kredi alabilme olanakları yüksektir .

- Bu mağazalar, işlem hacimlerinin büyük olması nedeni ile büyük ölçekli satınalma yapabilmeleri doğrultusunda, önemli ölçülerde peşinat iskontolarının ve yıllık primlerden yararlanmaktadırlar, dolayısıyla küçük mağazalara oranla ortalama sipariş maliyetleri azalmaktadır.

291. Zincir Mağazaların Sakıncaları

- Zincir mağazaların, küçük mağazalara göre üstün yönleri olduğu kadar sakıncalı yönleri de vardır (AYDIN, 1997, s. 57):

- En uygun büyüklüğün korunamaması durumunda, fiyat dışı rekabetin ve yüksek ücretli elemanların istihdam edilmesi nedeni ile işletme giderleri artmaktadır. Bu durum, genel faaliyet giderlerinin artmasına neden olmakta, bu da bu mağazaların düşük fiyat avantajlarını olumsuz etkilemektedir.

- İşletme büyüdükçe, işletme içi haberleşme ve bölümler itibariyle iş bölümünün artması nedeniyle, çalışan elemanlardan bazılarının boş zamanı çok olmasına karşın, diğer bölümlerdeki normal satış işlemlerini aksatacak kadar dolu olmaları da mümkündür. Küçük mağazalarda ise, iş bölümüne zincir mağazaların düzeyinde gidilmemesi nedeniyle, elemanlar boş zamanlarında başka işler yapmakta, işgücü yönetimi çok daha etkin olabilmektedir.

- Özellikle, mahalli yerleşme bölgelerine şube mağazalar açan zincir mağazalar için, çevrenin sosyal ve ekonomik şartlarındaki değişmelere uyumun güç ve yavaş olduğu söylenebilir. Mahalli çevre şartlarına uyumu sağlamak amacıyla, şube mağazaların yöneticilerine yetki devredilmesi bir çözüm olarak görülse de, bu mağazaların esnekliğinin bu konuda yetersiz kalabileceği doğaldır.

- Bu mağazalar, toptancıların da faaliyetlerini üstlendikleri için mali açıdan da zorlanabilirler. Çünkü, büyük ölçekli işletmeler olmaları dolayısıyla yüksek nakit gücüne ve sermayeye ihtiyaç duyarlar.

• Bunun yanında, büyüğe duyulan psikolojik tepki nedeni ile tüketici küçük mağazalara yönelebilmektedir. Zira, alışveriş anında sohbet etmek, pazarlık edebilmek vb. gibi nedenlerle, tüketiciler küçük mağazaları tercih edebilmektedirler. Zincir mağazalarda uygulanan kendin-al yöntemi nedeniyle, tüketicilerin bu duygularını tatmin edebilmeleri zorlaşmaktadır.

• Büyük perakendeci işletmeler ve özellikle zincir mağazalar monopol özellikler gösterdiklerinden, yönetimler ve kamuoyu tarafından istenmeyebilir(ÖZATAĞ, 1992, s.45).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.ZİNCİR MAĞAZALARDA MUHASEBE ÖRGÜTLENMESİ VE BİR UYGULAMA

30. Zincir Mağazalarda Muhasebe Örgütlenmesinin Genel Özellikleri

Muhasebe, bir örgütün kaynaklarının oluşumunu, bu kaynakların kullanılma biçimini, örgütün işlemleri sonucunda bu kaynaklarda meydana gelen artış veya azalışları ve örgütün mali açıdan durumunu açıklayan bilgileri üreten ve bunları ilgili kişi veya kuruluşlara ileten bir “bilgi sistemi” olarak tanımlanmaktadır.

Sistem olarak muhasebe, aşağıdaki temel fonksiyonlar doğrultusunda gerçekleşir:

- a) İş olgularının derlenmesi ve kayıtlanması,
- b) Kayıtların, ilgili iş olguları itibarıyla muhasebe raporları ve dolayısıyla da yönetim için kullanışlı olabilecek şekilde sınıflandırılması,
- c) Sistemce taşınan bilgilerin karar vericiler için özetlenmesi ve raporlanması,

Bu kapsamda, bir işletmenin muhasebe sistemi;

- Muhasebe bilgilerinin geliştirilmesi ve,
- Bu bilgilerin karar vericilere iletilmesi, amaçlarına yönelik olarak, işletme organizasyonu tarafından kullanılan personel, yönerge, araç ve kayıtlardan oluşur.

Kurulacak muhasebe sisteminin başarısı için, sistemi oluşturan bu unsurların iyi örgütlenmesi gereklidir.

Bu doğrultuda, muhasebe sisteminde kullanılacak belgeler, muhasebe bölümü ile diğer işletme bölümleri arasında bilgi akışını sağlayacak, belge ve yönergeler ile personel, muhasebe defterleri, hesap planı, muhasebe kayıt ve sonuç çıkarma yönergeleri düzenlenir. Sonuçların tahlili, değerlendirilmesi ve raporlanması ile ilgili esaslar belirlenir. Belge ve kayıtların dosyalanma ve saklanmalarıyla ilgili yönergeler hazırlanır. Tüm bu işler için personel gereksinmesi, seçimi, iş bölümü, görev tanımları ve eğitimi de muhasebe sistem örgütlenmesinin önemli bir parçasıdır(DURMUŞ- ARAT, 1995, s.6).

Muhasebe bilgilerinin bir kısmından hesaplaşmak, işleri düzeltmek, akan işletme süreçlerini planlamak için yararlanılırken, muhasebe sürecinin bir başka bölümü yalnız yasal yükümlülüklerin yerine getirilmesi için yürütülür. Bu yapıda, muhasebe sisteminin amaçlarını yerine getirmesi için sunduğu bilgiler(ERDAMAR, 1982, s.59).

- Belirli bir zaman kesitine ilişkin bilgiler,
- Belirli bir döneme (zaman aralığına) ilişkin bilgiler,
- Muhasebe sisteminden elde edilebilir diğer bilgiler, şeklinde sıralanabilmektedir.

İşletme yönetiminde kullanılan muhasebe bilgi türlerinin tanımlanmasında kullanılan kavramlar, işlem muhasebesi, işletme muhasebesi ve yönetim muhasebesi olarak sınıflandırılmıştır. Bu kavramlar aynı zamanda muhasebe bilgi sisteminin alt sistemlerini oluşturur.

Büyük mağazalarda muhasebe, temel fonksiyonları yerine getirebilmesi doğrultusunda, yeterli bir işlem muhasebesi ve yönetim muhasebesi sistemini kapsayacak bir yapıya sahip olmalıdır. Maliyet kontrolü, mal karışım politikaları, fiyatların belirlenmesi, işletme düzenlemesi ve departmanlara ilişkin kararlar verilebilmesi, büyük mağazalarda genel muhasebe yanında işletme muhasebesinin de gerekli olduğunu ortaya koymaktadır (DOYRANGÖL, 1996, s.11).

Büyük bir ticari işletme türü olarak zincir mağaza işletmelerinde, muhasebe örgütlenmesinin genel yapısı, ticari işletmelerin muhasebe örgütlenmeleriyle ortak özellikler taşır. Zincir mağazalarda da tüm ticaret işletmeleri gibi, satın alınan malların genellikle hiçbir değişikliğe tabi tutulmadan satışına yönelik bir akışı ve bu çerçevede de muhasebe örgütlenmesinin kurulması ve geliştirilmesi gereklidir. Bu noktada vurgulanması gereken en önemli nokta; bu tür işletmelerin temel işlevlerinin günümüzde başarılı olarak yürütülebilmesi için bilgisayar destekli örgütlenmenin vazgeçilmez bir yol haline geldiğidir.

31.Zincir Mağazalarda Kullanılan Muhasebe Belgeleri

Muhasebede yapılan her kaydın mutlaka doğruluğunu ispat eden bir belgeye dayanması gerekir. Bu durum gerek Ticaret Kanununda gerekse Vergi Usul Kanununda açıkça belirtilmiştir. Muhasebe kayıtlarına dayanak olan belli başlı belgeler; faturalar, sevk irsaliyesi, perakende satış fişi, gider pusulası, poliçe, çek, bono, tahsil fişi, tediye fişi, mahsup fişi, kasa sayım tutanağı ve diğer belgelerdir(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.360).

310. Fatura

Fatura, satılan mal ve ya yapılan iş karşılığında müşteriden borçlandığı meblağı göstermek üzere malı satan ve ya işi yapan tüccar tarafından müşteriye verilen ticari vesikadır(V.U.K., Mad.229).

V.U.K.'nun 230. maddesi faturanın şeklini tanımlamış, 231. maddesi fatura düzenlenmesinde uyulması gereken kaideler belirtilmiş ve 232. maddesinde de fatura kullanmak mecburiyetinde olanlar ayrıntılı olarak sayılmıştır.

Faturalar en az bir asıl ve bir örnek olarak düzenlenirler. Birden fazla örnek düzenlendiği takdirde her birinde kaçınıcı örnek olduğu belirtilir. Eğer fatura düzenlendiğinde müşteri peşin ödemedi bulunmuş ise, faturayı düzenleyen kaşe ve imzası belgenin alt tarafında olur. Bedelin sonradan ödeneceği durumlarda kaşe ve imza belgenin üst tarafında olur. Bedelin sonradan ödeneceği durumlarda kaşe ve imza belgenin üst tarafında olur(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.361).

Zincir mağazalarda kullanılan fatura örneğine ekler kısmında yer verilmiştir.

311. İrsaliyeli Fatura

Sattıkları malların teslim tarihinden itibaren 10 günlük fatura düzenlemesi imkanından yararlanmak istemeyen mükellefler, fatura düzenleme yükümlülüklerini hemen yerine getirmek isterlerse, fatura ve sevk irsaliyesini ayrı ayrı düzenlemeksizin, diledikleri takdirde irsaliyeli fatura düzenleyebilirler(ATABEY-PARLAKKAYA, 2001, s.101).

312. Sevk İrsaliyesi

Malın alıcıya teslim edilmek üzere satıcı tarafından taşındığı ve ya taşıtırıldığı hallerde satıcının, teslim edilen malın alıcı tarafından taşınması ve ya taşıtırılması halinde alıcının, taşınan ve ya taşıtırılan mallar için sevk irsaliyesi düzenlemesi ve taşıtta bulundurulması şarttır.

Malın, bir mükellefin birden çok işyerleri ile şubeleri arasında taşındığı ve ya satılmak üzere komisyoncu ve ya diğer bir aracıya gönderildiği hallerde de, malı gönderen işletme tarafından sevk irsaliyesine bağlanması gerekir. İrsaliyede malın nereye ve kime gönderildiği ayrıca belirtilir(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.362).

313. Taşıma İrsaliyesi

Taşıma irsaliyesi üç nüsha düzenlenir. Bir nüshası eşyayı taşıtırana, bir nüshası eşyayı taşıyan aracın sürücüsüne verilir ve diğer nüshası da taşımayı yapan tarafından saklanır.

314. Perakende Satış Fişi

Birinci ve ikinci sınıf tüccarlarla , defter tutmak mecburiyetinde olan çiftçilerin fatura vermek mecburiyetinde olmadıkları satışlarının ve ya yaptıkları işlerinin bedellerini perakende satış fişi ile belgelemek zorundadırlar. Perakende satış fişi iki nüsha olarak düzenlenir. Bir sureti müşteriye verilirken, diğer sureti işletmede kalır(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.363).

Zincir mağazalarda kullanılan perakende satış fişi örneğine ekler kısmında yer verilmiştir.

315. Gider Pusulası

Gider pusulası, işin mahiyeti, emtiyanın cins ve nevi ile miktar ve bedelini ve iş ücretini ve işi yaptıran ile yapanın ve ya emtiayı satın alan ile satanın adlarıyla soyadlarını ve ya tüzel kişilerde unvanlarını ve adreslerini ve tarihi kapsar. Gider pusulası iki nüsha olarak tanzim edilir. ve bir nüshası işi yapana ve ya malı satana verilir. Gider pusulası seri ve sıra numarası dahilinde teselsül ettirilir(ATABEY-PARLAKKAYA, 2001, s.106).

Zincir mağazalarda kullanılan gider pusulası örneğine ekler kısmında yer verilmiştir.

316. Ambar Tesellüm Fişi

Ambar tesellüm fişi müteselsil sıra ve seri numarası dahilinde teselsül eder ve üç nüsha düzenlenir. Ambar tesellüm fişinin bir nüshası malı taşıtıran, bir nüshası malı taşıyan aracın sürücüsüne verilir. Bir nüshası da nakliyat ambarında saklanır(ATABEY-PARLAKKAYA, 2001, s.124).

317. Diğer Belgeler

Tahsil makbuzu, tediye makbuzu, dekontlar, kasa sayım tutanağı, kasiyer iptal formu, poliçe, bono, çek gibi belgelerdir.

3170. Tahsil Makbuzu

Tahsil edilen paralar karşılığında iki örnek(suret) olarak düzenlenen ve paranın tahsil edildiğini ispatlayan bir belgedir. Makbuzun aslı, parayı yatırına verilir, ikinci örneği işletmede kalır. Tahsil belgesinde şu bilgiler bulunur(TÜREDİ, 1996, s.82):

- Makbuzu düzenleyenin adı,soyadı ve unvanı,
- Düzenlenme tarihi,

- Parayı ödeyenin adı, soyadı,
- Ödenen para tutarı (rakam ve yazı ile)
- Ödeme çekle yapılıyorsa çekin ait olduğu banka ve çek numarası,
- Parayı alanın adı, soyadı ve imzası.

Zincir mağazalarda kullanılan tahsil makbuzu örneğine ekler kısmında yer verilmiştir.

3171. Ödeme Makbuzu

İşletmenin ödediği paralar için düzenlenen bir makbuzdur. Yapılan ödemeler için bir ispat aracı olarak kullanılabilir. İşletme, ödemelerini nakit olarak yapabileceği gibi çekle de yapabilir. Ödeme(Tediye) makbuzunda şu bilgiler bulunur(TÜREDİ, 1996, s.83):

- Makbuzu düzenleyenin adı, soyadı, unvanı,
- Düzenlenme tarihi,
- Parayı ödeyenin adı ve ödenen tutar,
- Çekle ödeme yapılmışsa ait olduğu ay, banka ve numarası,
- Parayı alanın adı, soyadı ve imzası.

Zincir mağazalarda kullanılan ödeme makbuzu örneğine ekler kısmında yer verilmiştir.

3172. Dekontlar

Dekontların, genel olarak işletmelerin bankadaki hesaplarındaki değişiklik ve işlemleri bildiren belgelerdir. Borç ve alacak dekontu olmak üzere ikiye ayrılırlar. Dekontlar bankalar tarafından düzenlenerek gönderilirler. İşletmenin banka hesabında çeşitli

nedenlerden dolayı bir azalma olduğunda, banka tarafından 'Borç Dekontu düzenlenir ve işletmeye gönderilir. Bu durumda azalan tutar kadar işletmenin bankadaki hesabına borç yazılır. Tersine olduğunda yani herhangi bir şekilde işletmenin bankadaki parasında artma olursa artan tutar kadar bankadaki işletme hesabına alacak yazılır ve karşılığında 'Alacak Dekontu' düzenlenir. İşletmeler, kendi aralarındaki borç ve alacak ilişkilerinden birbirlerini bilgilendirmek amacı ile de dekont düzenleyerek karşılıklı olarak gönderirler (TÜREDİ, 1996, s.83).

3173. Poliçe

Poliçe genellikle üç taraflı ilişkiye dayanan bir senettir. Alacaklının (keşideci), borçludan olan alacağını, kendisinin borçlu bulunduğu üçüncü bir şahsa (lehdar) devretmesi esasına dayanır. Poliçeyi düzenleyen kişi; alacaklı olduğu tutarı, kendisine borçlu olan kişiye, poliçede adı gösterilmiş olan kimseye ödeme emrini verir. Poliçe düzenlenmesinde şu taraflar bulunur(TÜREDİ, 1996, s.91):

- Poliçeyi düzenleyerek ödeme emri veren alacaklı (keşideci),
- Poliçedeki tutarı ödeyecek olan borçlu (muhatap),
- Poliçede belirtilen tutarı tahsil edecek olan kişi (lehdar).

3174. Bono

Bir alacağı temsil etmek üzere, borçlu tarafından düzenlenip imzalanmak suretiyle alacaklıya verilen bir belge, bir senettir. Bir alacağı temsil etmek üzere düzenlenen bonoda TTK'na göre bulunması gereken zorunlu şartlar şunlardır(TÜREDİ, 1996, s.94):

- Senet metninde (bono) ve ya (emre muharrer senet) kelimesi,
- Kayıtsız ve şartsız muayyen bir bedeli ödemek vaadi,
- Vade,

- Ödeme yeri,
- Kime ve kimin emrine ödenecekse onun adı ve soyadı,
- Senedin düzenlendiği gün ve yer,
- Senedi düzenleyenin imzası(TTK, Md. 668).

3175. Çek

Çek, bankadan para çekmek için düzenlenen ve şekli kanunla belirlenmiş olan bir kıymetli evraktır. Çek, görüldüğünde ödenir. TTK, bir çekte bulunması gereken bilgileri şöyle belirtmiştir:

- 'Çek' kelimesi, eğer çek Türkçe'den başka bir dille yazılmış ise, o dilde 'çek' karşılığı olarak kullanılan kelime,
- Kayıtsız ve şartsız muayyen bir bedelin ödenmesi için havale,
- Ödeyecek kimsenin 'muhatabın' adı ve soyadı,
- Ödeme yeri,
- Keşide günü ve yeri,
- Çeki veren kimsenin (keşidecinin) imzası(TTK, Md.692).

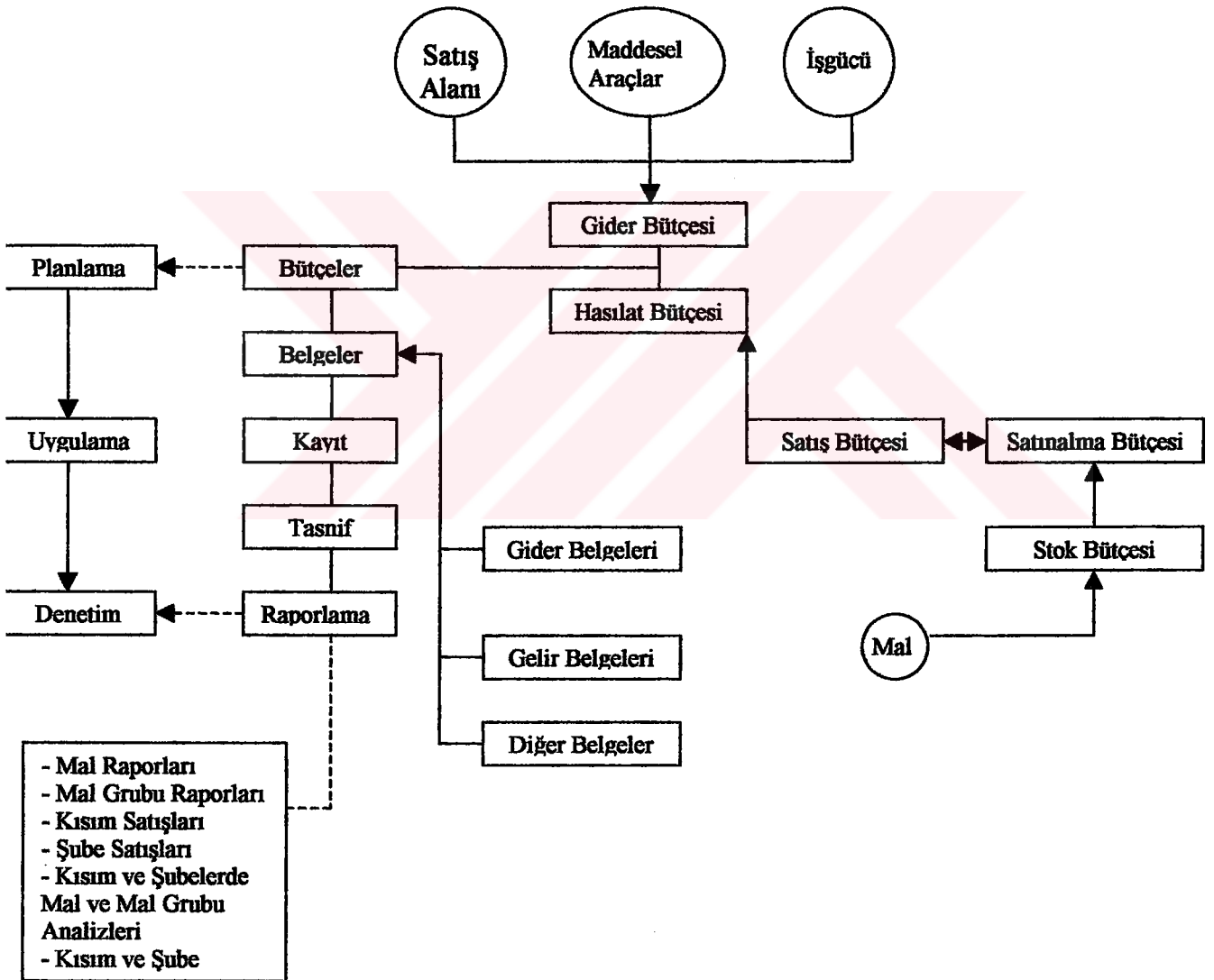
3176. Kasa Sayım Tutanağı

Zincir mağazalarda görev yapan kasiyerler, her mesai bitiminde kasadaki müşterilerin yapmış olduğu nakit alış tutarları, kredi kartıyla yapmış oldukları alış tutarları ve iade tutarlarını ve kasa mevcudunun ayrıntılı dökümünü gösteren bir tutanak imzalayıp teslim ederler. Bu kasa sayım tutanağıdır ve kasa eksik ve ya noksanlarının tespitinde hatanın

nereden ve ya kimden kaynaklandığının tespitine yarar. Kasa sayım tutanağı örneğine ekler kısmında yer verilmiştir.

3177. Kasiyer İptal Formu

Zincir mağazalarda kasiyerler tarafından düzenlenen, iptal edilen satışların belge numaraları, iptal tutarları, yönetici imzası, müşteri imzası, iptal gerekçesi, kasiyerin adı ve soyadı, kasiyerin imzası ve mağaza müdürünün imzasının yer aldığı bir formdur. Zincir mağazalarda kullanılan kasiyer iptal formunun örneğine ekler kısmında yer verilmiştir.



Şekil: 8

Mağazalarda İşlem ve Kayıt Akışı

32. Zincir Mağazalarda Kullanılan Muhasebe Defterleri

Zincir mağazalarda merkez muhasebede tutulan defterler; yevmiye defteri, envanter ve bilanço defteri, defteri kebir(büyük defter), günlük kasa defteri, kambiyo senetleri defteri, demirbaş ve amortisman defteri, karar defteri ve diğer defterlerdir.

320. Yevmiye Defteri

Bu defter, ticari işlemlerin tarih sırası ile kaydedildiği defterdir. Yevmiye defteri ciltli ve müteselsil numaralıdır. Mükellefler diledikleri takdirde yevmiye defteri ve tutulması zorunlu diğer defterlerini müteharrik yapraklı olarak kullanabilirler(V.U.K., Mad.183). Bu defterde ticari işlemler, herhangi bir tasnife tabi tutulmadan tarih sırasına göre alt alta kaydedilirler. İşlemler iki çizgi arasına yazılır. Buna, yevmiye maddesi denir. Yevmiye defterine ilk madde olarak açılış kaydı yapılır. Daha sonra dönem içerisindeki ticari işlemler tarih sırasına göre kaydedilirler(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.356).

Yevmiye defterine yapılan kayıtlarda borçlandırılacak hesaplar madde yerinin sol tarafına, alacaklandırılacak hesaplar ise biraz sağ tarafına kaydedilirler. Borçlandırılan hesapların tutarları yevmiye defterindeki borçlu tutarlar sütununa, alacaklandırılan hesapların tutarları da alacaklı tutarlar sütununa kaydedilirler. Borçlu sütuna kaydedilen rakamlar defteri kebirde de ilgili hesabın borçlu tarafına, alacaklı sütuna kaydedilen rakamlar ise defterikebirde de ilgili hesabın alacaklı tarafına kaydedilirler. Diğer bir ifade ile, yevmiye defterinde hesaplar bir tasnife tabi tutulmamakla birlikte, burada yapılan kayıtlar ile ticari işlemlerin defterikebirdeki hesapların hangi tarafına kaydedileceği (borçlu ve alacaklı) tespit edilmiş olmaktadır. Yevmiye defterinde her sayfa bittikçe borca ve alacağa kaydedilen rakamlar toplanır ve ondan sonraki sayfanın üst kısmına ilgili sütunlara kaydedilir. Bu işleme dönem sonuna kadar devam edilir. Bu şekilde borçlandırılan ve alacaklandırılan rakamların en son toplamları elde edilmiş olur(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.356).

1 nolu sütuna, yevmiye defterine kaydedilen bir hesap defterikebire aktarıldığında bu hesabın defterikebirde kaçınıcı sayfaya kaydedildiği yazılır. Bu şekilde yevmiye defteri ile defterikebir arasında irtibat sağlanmış olur. Yevmiye maddesinde olduğu gibi,

borçlandırılan hesaplarla ilgili defterikebir sayfa numaraları bu sütunun sol tarafına, alacaklandırılan hesaplarla ilgili defterikebir sayfa numaraları da bu sütunun sağ tarafına kaydedilirler. Bu sütuna kaydedilen defterikebir sayfa numaraları aynı zamanda yevmiye defteri kayıtlarının defterikebire aktarıldıklarını gösterirler. 2 nolu sütuna yevmiye defterine kaydedilen yevmiye maddelerinin sıra numaraları kaydedilir. 3 nolu sütuna yevmiye maddesi kaydedilir. Yevmiye maddesi iki çizgi arasına yapılır. Yevmiye maddesinin üst kısmına o yevmiye kaydının hangi tarihte yapıldığı kaydedilir. Yevmiye maddesi tamamlandığında altı yine çizgi ile çizilir. Ancak yine bir boşluk bırakılır. Bu boşluğu da ondan sonra yapılacak olan yevmiye maddesi ile ilgili tarih kaydedilir. 4 nolu sütuna borçlandırılan hesapların tutarları kaydedilir. Bu sütunların üst kısımlarına ayrıca bir önceki sayfalardan aktarılan toplamlar da kaydedilirler(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.357).

321.Envanter ve Bilanço Defteri

Bu deftere ilk kayıt işe başlama tarihinde yapılır. Bu tarihte, envanter ve bilanço defterine açılış envanteri ile açılış bilançosu kaydedilir. Her hesap dönemi sonunda çıkarılan envanter ile bilanço ve kar-zarar cetveli de bu deftere kaydedilir. Bu kayıtların yapıldığı tarihe de bilanço günü denir. Envanter defteri ciltli ve müteselsil sayfa numaralıdır. Birinci sütuna, yapılan kayıtların sıra numaraları kaydedilir. İkinci sütunda ise yapılan kayıtla ilgili açıklama yer alır. Üçüncü sütuna, yapılan işlemlerin tutarları kaydedilir. Dördüncü sütuna ise, tutarlar sütunundaki belirli rakam gruplarının toplamları kaydedilir. Mesela tutarlar sütununa malla ilgili ayrıntılar kaydedilir. Daha sonra tüm bunların toplamları, malın karşısına toplamlar sütununa kaydedilir(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.355-356).

322. Defterikebir (Büyük Defter)

Defterikebir, günlük defterin hesap gruplarına göre tasnif edilmiş bir şeklidir. Yevmiye defterine tarih sırasına göre alt alta maddeler halinde kaydedilen ticari işlemler, defterikebire aktarılırken her işlem ilgili olduğu defterikebir hesabına kaydedilir. Bu şekilde aynı cinsten olan işlemler gruplandırılmış olur. Mesela yevmiye defterine bakmakla kasaya ne kadar giriş olduğunu, kasadan ne kadar para çıktığını ve o anda kasada ne kadar para bulunması gerektiğini anlamak mümkün olmaz. Halbuki defterikebirde kasa

hesabının borcuna kasaya girişler, alacağına da kasadan çıkışlar kaydedildiğinden, her an kasaya giriş ve çıkışları ve kasada ne kadar para bulunması gerektiğini kolayca görebiliriz. Aynı durum diğer bütün defterikebir hesapları için de geçerlidir. Defterikebir de ciltlidir ancak her iki sayfaya da aynı sayfa numarası verilir. Defterikebirin şekli aşağıda görüldüğü gibidir(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.357).

323. Günlük Kasa Defteri

Günlük kasa defteri, işletmenin kasa ile ilgili muamelelerinin günü gününe yazıldığı defterdir. Defterin bir tarafına; bir önceki günden devredilen kasa mevcudu, o gün içinde tahsil edilen paralar ve günlük peşin satış tutarları kaydedilir(KÜÇÜKSAVAŞ, 1994, s.358).

Perakende satışlar ile sair hasılat ve ödemeler, belgelerine dayanılarak deftere topluca yazılabilir(V.U.K., Md.185).

324. Kambiyo Senetleri Defteri

1. ve 2. sınıf tacirler ile serbest meslek erbabı, faaliyetleri ile ilgili borçları ve alacakları için düzenlenen bono, poliçe, çek ve benzeri kambiyo senetlerine ilişkin kaydetmek üzere kambiyo senetleri defteri tutmak zorundadırlar. Birden çok işyeri ve ya şubenin bulunması halinde her işyeri ve ya şube için ayrı ayrı kambiyo senetleri defteri tutulur(V.U.K., 190 Sayılı Genel Tebliği).

Defterin bir tarafına işletmenin alacakları için aldığı ve ya işletmeye ciro edilen bono, poliçe, çek ve benzeri kambiyo senetleri; diğer tarafına işletmenin borçları için düzenleyip verdiği ve ya ciro ettiği bono, poliçe, çek ve benzeri kambiyo senetleri, düzenleme tarihinden itibaren 10 gün içinde kaydedilirler(V.U.K., Md.196).

Ancak, kayıtlarını devamlı olarak muhasebe fişleri ve bordro gibi yetkili amirlerin imza ve parafını taşıyan belgelere dayanarak yürüten mükellefler, kambiyo senetleri defterine yapacakları kayıtlar için 45 günlük süreden yararlanmaları imkanı getirilmiştir(V.U.K. 238 Sayılı Genel Tebliği).

Kambiyo senetlerinin sol sayfasına, mükellefin alacakları karşılığında almış olduğu kambiyo senetleri kaydedilir. Kambiyo senetleri defterinin sol sayfasına alınan kambiyo senetleri ile ilgili olarak şu bilgiler yer alır(TÜREDİ, 1996, s.107);

Kayıt sıra numarası, defter kayıt tarih ve numarası, düzenlenme tarihi, kambiyo senedinin nevi, seri ve sıra numarası, vadesi, borçlunun adı ve soyadı, tutar, ciro edenin adı ve soyadı, kambiyo senedinin devri halinde devralanın adı, soyadı, vergi dairesi ve hesap numarası, tahsili durumunda tahsil tarihi.

Kambiyo senetleri defterinin sağ sayfasına işletmenin borçları için verdiği kambiyo senetleri kaydedilir. Yani borçlusu işletme olan kambiyo senetleri sağ sayfaya kaydedilirler. İşletme tarafından ciro edilerek alacaklılara verilen kambiyo senetleri için bu sayfaya kayıt yapılmaz.

Defterin sağ tarafında, borçlar karşılığında verilen kambiyo senetleriyle ilgili olarak şu bilgiler yer alır(TÜREDİ, 1996, s.107);

Kime ciro edildiği, çıkış tarihi (ciro ve tahsil tarihi), defter kayıt sıra numarası, kayıt tarih ve sıra numarası, kambiyo senedinin nevi, seri ve sıra numarası, kambiyo senedinin düzenlenme tarihi, vadesi, alacaklının adı, soyadı, vergi dairesi ve hesap numarası.

325. Demirbaş ve Amortisman Defteri

Üzerinde amortisman hesaplanan varlıklar ve bunların amortismanları aşağıda yazılı şekillerden herhangi biri ile gösterilir(TÜREDİ, 1996, s.107-108):

1. Envanter defterinin ayrı bir yerinde,
2. Özel bir amortisman defterinde,
3. Amortisman listelerinde.

Amortisman kayıtları, amortisman ayrılmasına başlandığı tarihten itibaren her yılın amortismanı ayrı ayrı gösterilmek şartıyla birbirine bağlanır. İşletmeye yeniden giren iktisadi değerlerle bunların amortismanlarının önceki yıllara ait kayıtlarda devam ettirilmesi daha uygundur.

Amortisman defteri ve ya listelerinin kayıtları envanter kaydı hükmündedir. Yukarıdaki esaslara göre kayıtlarda gösterilen iktisadi varlıklara ait değerler envanter defterine toplu olarak geçirilebilir(V.U.K., Md.189).

Kısaca, demirbaş ve amortisman defteri, işletmenin amortismanına tabi iktisadi varlıkların değerleri, amortisman oranları ve hesaplanan amortisman tutarlarının gösterildiği defterlerdir(TÜREDİ, 1996, s.108).

326. Karar Defteri

Hükmi şahıs olan tacirler tarafından tutulan bir defterdir. Bu deftere gerek genel kurul ve ya ortaklar kurulu, gerek varsa yönetim kurulu tarafından görüşmeler sonucunda verilen kararlarla toplantıda hazır bulunan üyelerin adları ve soyadları ve toplantı günü ile beyan edilen oy ve görüşmelerin tam olarak bilinmesi için gerekli diğer konular yazılır ve bu kararların altı şirket adına imza koymaya yetkili olanlar tarafından imzalanır(TÜREDİ, 1996, s.109).

327. Pay Defteri

Anonim şirketlerde nama yazılı hisse senetlerinin yazıldığı defterlerdir(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.52).

328. Ambar Defteri

Depo (Ardiyeler dahil) işletenlerle, nakliye ambarları ayrıca bir ambar defteri tutarlar. Ambar defterine yazılması gereken bilgileri ihtiva edecek şekilde defter tutanlar ayrıca ambar defteri tutmazlar(DURMUŞ-ARAT, 1995, s.52).

33. Zincir Mağazalarda Muhasebenin Personel Açısından Örgütlenmesi

Zincir mağazalarda muhasebenin bağlı olduğu mali–denetim bölümü, bu bölümün yöneticisi de mali işler koordinatörüdür.

Zincirleme mağaza işletmesinde, mali-denetim bölümünün temel fonksiyonları, faaliyetlere ilişkin gerçekleri toplamak ve raporları hazırlamaktır. Mali-denetim bölümünde faaliyet gösteren kişilerin görevleri aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

a) Mali–Denetim yöneticisi : Faaliyetlere ilişkin gerçekleri toplama, sistemlerin düzenlenmesi ve işletmenin diğer yöneticilerinin ihtiyaç duyabileceği ve devletin isteyebileceği raporların hazırlanmasının genel sorumluluğu mali-denetim yöneticisinin sorumluluğundadır.

b) Baş muhasebeci : Baş muhasebeciye, işlemlere ilişkin bilginin kaydedilmesi ve bu bilgiden, raporların hazırlanması sorumluluğu verilir. Baş muhasebecinin bölümünün hazırladığı en önemli iki rapor gelir tablosu ve bilançodur.

c) Perakende muhasebecisi : Muhasebe faaliyetlerinin bir bölümü perakende muhasebesi olarak adlandırılır. Bu, her bir mağaza ile bağlantı için gerekli muhasebedir ve bundan perakende muhasebecisi sorumludur. Bu tür muhasebe, depolardan ve mal tedarik kaynaklarından gönderilen mallar için mağazalara borç girişleri yapmayı, mal satışları için mağazaları alacaklandırmayı, mağazanın giderlerini kaydetmeyi ve bölge nezaretçileri, mağaza yöneticileri ve diğer yöneticiler için mağaza faaliyetlerine ilişkin raporlar hazırlamayı kapsar. Bu raporlar, mağaza gruplarının ve mağazaların her birinin nerede ve ne dereceye kadar kuvvetli yada zayıf olduklarını açıklar. Mağaza faaliyet raporları, belirli bir bölgede mağazaların kapatılıp kapatılmamasına ya da yeni mağazaların açılıp açılmamasına karar vermeye temel teşkil edebilir.

d) Genel muhasebeci : Genel muhasebeci, merkezin büyük defter hesaplarından sorumludur. Bu hesaplar, diğer hesapları özetleyen hesaplardır. Büyük bir zincirleme mağazada kaydedilen fazla miktardaki ayrıntı, mağazalarda tutulan büyük defter hesaplarını özetleyen bir merkez ana hesaplar sistemlerini kurmayı gerektirir. Stoklar

hesabı, böyle bir hesaba örnektir. Bu hesap, sırasıyla mağaza hesaplarının özetleri olan bölge envanter hesaplarının bir özeti olabilir. Genel envanter hesabı, depo-envanter hesaplarının bir özetini de içerebilir. Genel muhasip, donatım ve giderler ana hesabı için aynı sorumluluğa sahiptir.

e) Borçlar muhasebecisi : Borçlar hesabının hacmi, bu işin bir bölümüne ayrılmasını haklı çıkartabilir. Borçlardan sorumlu muhasebeci, mal tedarik kaynakları ile binlere varabilen işlemlere ilişkin bilginin kaydedilmesinden sorumludur. Borçlar muhasibi, büyük defter hesaplarının dengede tutulmasından ve genel muhasip tarafından istendikçe bu dengeye ilişkin tabloların hazırlanmasından sorumludur. Bu muhasebeci, faturaların ödenmesine onay vermektten ve ödenmiş ve ödenmemiş faturaların dosyalarının muhafaza edilmesinden de sorumludur.

f) Vergi muhasebecisi : Vergi muhasebecisi, vergi yasalarının incelenmesinden ve devlet tarafından istenen vergi raporlarının hazırlanmasından, vergi beyanında indirim sağlayacak faaliyet ve politika değişikliklerini teklif etmektten sorumludur. Vergi muhasebecisi, kurumlar vergisi kanununu ve çeşitli bölümlerinin yorumlarını da bilmelidir. Vergi muhasebecisi, vergi beyannamelerinin ödenmesi onayını verir, ödemelerin uygun kaydını tutar ve mali dönem için vergi borcunu tahmin eder.

g) Sigorta yöneticisi : Sigorta yöneticisi, işletmenin sigorta sorunlarına ilişkin tavsiyelerde bulunur, sigorta satın alır, prim ödemelerinin kayıtlarını tutar ve iddiaları dosyaya geçirir. Sigorta yöneticisi, prim ödemelerine ve vadesi gelmemiş primlere ilişkin hesap raporlarını hazırlar. Sigorta yöneticisi, mukaveleleri analiz eder ve işletmenin maruz kaldığı risklerin yeterli bir biçimde sigorta edilip edilmediğini belirler. İşletmenin ne eksik, ne de aşırı sigorta ettirilmemesine dikkat eder.

h) Bütçe şefi : Bütçe şefi, bütçelerin hazırlanması için koşulların gerektirdiği alışılmış hareket yöntemini başlatmaktan ve fiili durumları kaydetmektten ve planlanmış faaliyetlerle karşılaştırmaktan sorumludur.

i) Baş denetçi : Baş denetçi, raporların ve fiili durumları toplama sistemlerinin doğruluğunu analiz etmektten sorumludur. Baş denetçi, stokların, satışların ve harcama

tutarlarının soruşturulması için mağazaları ve depoları ziyaret eden görevlilere nezaret eder. İşletme merkezinde ise, denetim departmanı mağazalar ve bölge büroları tarafından gönderilen raporları inceler.

j) Büro yöneticisi : Büro yöneticisi, genel dosyalar, postalama sistemi ve kırtasiyecilikle ilgili işlere nezaret etmekten sorumludur.

k) Malzeme- donatım satınalma temsilcisi : Malzeme-donatım satınalma temsilcisi, malzeme-donatım tedarik kaynakların bulma, bu tedarik kaynakları ile anlaşma koşullarını görüşme ve satın alınacak malzeme donatımının çeşit ve özelliklerini belirleme ve tavsiye etme konularında özel sorumluluğa sahiptir(KOPARAL, 1988, s. 112-158).

34. Zincir Mağazalarda Tekdüzen Hesap Planı

Bir muhasebe sisteminin kuruluşunda, en önemli aşamalardan biri, kayıtlarda kullanılacak hesapların saptanması ve bir plan halinde düzenlenmesidir. Tekdüzen hesap çerçevesi ve ona dayanılarak hazırlanan genel hesap planı ve hesap planları, muhasebe sisteminin temel unsurlarını oluşturur(KOTAR, 1996, s.25).

Maliye Bakanlığı'nca yürürlüğe konan 1 seri nolu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel (MSUG) Tebliği ile uygulama zorunluluğu getirilen tekdüzen hesap çerçevesindeki hesap sınıfları, bilanço ve gelir tablosundaki gruplama ve sıralama paralelinde ve aşağıdaki gibi dokuz sınıf halinde düzenlenmiştir:

1. Dönen Varlıklar
2. Duran Varlıklar
3. Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar
4. Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar
5. Özkaynaklar
6. Gelir Tablosu Hesapları
7. Maliyet Hesapları
- 8.
9. Nazım Hesaplar

Bu belirlenen genel yapı çerçevesinde;

a) Hesap sınıfı, grupları ve defter-i kebir hesaplarının isim, kod numaraları ve sıralarının değiştirilemeyeceği;

b) Hesap planında boş olarak görülen 2'li kod hesap gruplarının, ekonomik gelişmeler ve ihtiyaçlar paralelinde Maliye Bakanlığı'nca kullanılacağı,

c) Hesap planında boş olarak görülen 3'lü kod defter-i kebir hesaplarının ise, ana hesap grubu hesaplarının işleyiş ve mantığına uygun olmak, niteliği ve kapsamı itibariyle Hesap Planında belirlenmiş benzeri bir hesap bulunmamak, kullanıldığı takdirde ana hesap gruplarının bütünlük ve tutarlılığını bozmamak şartıyla serbestçe kullanılabileceği konuları "2 Sıra Numaralı Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği" ile açıklanmıştır.

MSUG Tebliği, maliyet hesaplarının "7 Maliyet Hesapları" hesap sınıfında izlenmesini zorunlu kılmış ve maliyet muhasebesi kayıt akış esaslarını, "maliyet hesapları" hesap sınıfı ile ilgili açıklamalar çerçevesinde çeşitli seçenekler itibariyle belirlemiştir. Maliyet hesaplarının işleyişinde, muhasebe sistemi açısından (birinci ya da ikinci), maliyetlerin kayıtlanma zamanı ve kontrolü açısından (fiili ya da standart) olmak üzere farklı seçeneklere uygun hesap akışı belirlendiği gibi, ayrıca işletmelerin büyüklüklerine göre de "7/A" ve "7/B" olmak üzere iki farklı seçenektan birine göre kayıt akışını izlemeleri olanaklı kılınmıştır.

"Ayrıntılı Bilanço" ve "Ayrıntılı Gelir Tablosu" olarak belirlenen temel mali tabloların dışında; belirlenen ek mali tabloları düzenlemek durumunda olan üretim ve hizmet işletmeleri için "7/A" seçeneği zorunlu kılınırken, ek mali tabloları düzenlemek zorunda olmayan ticaret işletmeleri, küçük hizmet işletmeleri ve küçük üretim işletmelerinden isteyenlerin, giderlerin izlenmesinde "7/B" seçeneğini kullanabilecekleri belirlenmiştir. Maliyet hesaplarının izlenmesinde tüm işletmelerde tek bir seçeneğin uygulanması, gerek uygulama gerekse de denetimlerde bu yönden söz konusu karmaşanın ortadan kaldırılması yönünde büyük yarar sağlayacaktır.

“Birçok üretim işletmesi olan bir holding topluluğunda, ticaret işletmesi olması durumunda, holding topluluğunun tek hesap planı olacağından söz konusu ticaret işletmelerinin de 7/A seçeneğini kullanması gerekli olacaktır.” Yaklaşımının tekdüzen yapının grup şirketleri bazında korunması gereği ve önemini ortaya koyduğu çerçevede konu, bir çok mağazanın aynı kurum çatısı içinde birleştiği zincirleme mağaza işletmeler açısından da aynı öneme sahip bulunmaktadır.

Uygulanacak seçeneğin hangisi olacağı yolundaki öneri, iki seçenek karşılaştırıldıktan sonra aşağıda belirlenmiştir.

Bu iki seçenek arasındaki temel fark, kullanılacak defteri-i kebir hesaplarının belirlenmesinde dayanak oluşturan esastır.

7/A seçeneğinde, gider kayıtlarını fonksiyon esasına göre belirlenmiş defter-i kebir hesapları ile birlikte, yine tebliğ ile belirlenmiş gider çeşitleri ve gider yerlerini izlemeye olanak verecek yardımcı hesaplarda (eş zamanlı kayıt esasında) izlenmesi zorunlu kılınmıştır.

7/B seçeneğinde ise, gider kayıtlarını izlenmesinde açılacak hesaplar için iki yoldan birinin seçilmesi serbest bırakılmıştır.

Birinci yola göre; giderler defter-i kebirde maliyet dönemi boyunca (79 numaralı hesap grubu altında belirlenmiş) hesaplarda çeşit esasında izlenebilir. Ancak, maliyet çıkarma dönemlerinde, söz konusu giderlerin gider dağıtım tablosu aracılığıyla fonksiyonlarına dönüştürülerek ilgili gider yerlerine ve hizmet veya mamul maliyetlerine aktarılması zorunlu bulunmaktadır.

Gider çeşitlerinin fonksiyonlarına dönüştürülmesinde ve ilgili gider yerlerine yüklenmesinde, ikinci yol olarak, eş zamanlı kayıt yönteminin seçilerek yardımcı defterlerde fonksiyonel gider hesapları ve gider yerlerinin izlenebilmesi öngörülmüştür.

Görüldüğü üzere; iki seçenekte de ortak yön, “maliyet dönemleri itibariyle giderlerin fonksiyon- çeşit ve gider yeri esasına ya da çeşit – fonksiyon – gider yeri esasına göre ayrıntılı raporlanmasının zorunlu olmasıdır”

Dönem içi kayıtlar itibariyle uygulama kolaylığına sahip gibi görünen 7/B seçeneğinin ilk uygulama şeklinde; maliyet dönemleri itibariyle giderlerin gider dağıtım tablosu aracılığıyla fonksiyonlarına dönüştürülerek ilgili gider yerlerine ve hizmet veya mamul maliyetlerine aktarılabilmesi, pratikte yardımcı hesaplar veya çeşitli kayıtlar ile bunların dinamik izlenmemesi halinde olanaksız görünmektedir. Bu nedenle, 7/B seçeneğinde de eş zamanlı kayıt yönteminin seçilerek, maliyet dönemleri itibariyle giderlerin çeşit-fonksiyon-gider yeri esasına göre ayrıntılı raporlanabilmesi, 7/B seçeneğinin ilk uygulama şekline göre daha kolay görülmektedir.

O halde özde bir farklılık meydana getirmeyen seçenek ayrımı, 7/B seçeneğinin uygulanması ile küçük işletmeler için işlem azlığı ve kolaylık sağlamaktan uzaktır. Bu doğrultuda çalışmamızda, zincirleme mağaza işletmelerinde 7/A seçeneğinin kullanılması önerilmektedir.

340. Zincir Mağazalarda Uygulanan Tekdüzen Hesap Planı Örneği

Zincir mağazalarda uygulanan hesap planına örnek olarak aşağıdaki hesap planı gösterilebilir:

100 KASA HESABI

100 11 Nakit Türk Lirası Kasası

100 11 10 Nakit Kasa

100 11 10 000 Merkez Kasası

100 11 10 001 (A) Şubesi Kasası

100 11 10 002 (B) Şubesi Kasası

- 100 11 10 003 (C) Şubesi Kasası
- 100 11 10 004
- 100 11 10 005

120 ALICILAR HESABI

120 11 Yurt Dışı Grup İçi Alıcılar

120 11 10 Yurt Dışı - Grup İçi Alıcılar

120 12 10 Yurt Dışı - Grup İçi Alıcılar

120 11 10 Amerika

120 11 20 Avrupa

120 11 30 Asya

120 14 Yurt İçi - Grup Alıcıları

120 14 10 Ana Kuruluşlar

120 14 20 Bağlı Ortaklık

120 14 30 İştirakler

120 14 40 Grup Şirketleri

120 15 Yurt İçi - Grup Dışı Alıcılar

120 150 00 Merkez Alıcılar (İşletme komisyon)

120 15 10 Merkez Alıcılar (Diğer)

120 15 10 001 (A) Şubesi Alıcıları

120 15 10 002 (B) Şubesi Alıcıları

120 15 10 003

120 99 Yurt İçi - Grup Dışı Alıcılar

127 DİĞER TİCARİ ALACAKLAR

127 11 Diğer Ticari Alacaklar

127 12

128 ŞÜPHELİ TİCARİ ALACAKLAR (DAVA TAKİP)

128 11 Şüpheli Ticari Alacaklar (Dava Takip)

128 12

129 ŞÜPHELİ TİCARİ ALACAKLAR KARŞILIĞI (-)

129 11 Şüpheli Ticari Alacaklar (-)

153 TİCARİ MALLAR

153 31 Mağaza Stokları

153 31 10 (A) Şubesi Stokları

153 31 10 001 Yurt Dışı / Spot Alım

153 31 10 002 Sezon Defolu

153 31 10 003 Seri Sonu

153 31 10 004 Piyasa

153 31 10 005 Üretim

153 31 10 006 Konsinye

153 31 10 007 Diğer

153 31 20 (B) Şubesi Stokları

153 31 20 001 Yurt Dışı / Spot Alım

153 31 20 002 Sezon Defolu

153 31 20 003 Seri Sonu

153 31 20 004 Piyasa

153 31 20 005 Üretim

153 31 20 006 Konsinye

153 31 20 007 Diğer

153 31 30 (C) Şubesi Stokları

.....

153 41 Dağıtım Merkezi Stokları

153 41 10 Dağıtım Merkezi Ticari Emtia Stokları

153 41 10 001 Yurt Dışı / Spot Alım

153 41 10 002 Sezon Defolu

153 41 10 003 Seri Sonu

153 41 10 004 Piyasa

153 41 10 005 Üretim

153 41 10 006 Konsinye

153 41 10 007 Diğer

153 41 20 Ankara Bölge Dağıtım Merkezi Stokları

153 41 20 001 Yurt Dışı / Spot Alım

153 41 20 002 Sezon Defolu

153 41 20 003 Seri Sonu

153 41 20 004 Piyasa

153 41 20 005 Üretim

153 41 20 006 Konsinye

153 41 20 007 Diğer

600 YURT İÇİ SATIŞLAR

600 31 Mağazalar Satışları

600 31 11 (A) Şubesi Satışları

600 31 11 001 Yurt Dışı / Spot Alım

600 31 11 002 Sezon Defolu

600 31 11 003 Seri Sonu

600 31 11 004 Piyasa
600 31 11 005 Üretim
600 31 11 006 Konsinye
600 31 11 007 Diğer

600 31 12 (B) Şubesi Satışları

600 31 12 001 Yurt Dışı / Spot Alım
600 31 12 002 Sezon Defolu
600 31 12 003 Seri Sonu
600 31 12 004 Piyasa
600 31 12 005 Üretim
600 31 12 006 Konsinye
600 31 12 007 Diğer

600 31 13 (C) Şubesi Satışları

.....

621 SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ (-)

621 31 Mağazalar Satışlarının Maliyeti

621 31 11 (A) Şubesi Satışlarının Maliyeti

621 31 11 001 Yurt Dışı / Spot Alım
621 31 11 002 Sezon Defolu
621 31 11 003 Seri Sonu
621 31 11 004 Piyasa
621 31 11 005 Üretim
621 31 11 006 Konsinye
621 31 11 007 Diğer

621 31 12 (B) Şubesi Satışlarının Maliyeti

621 31 12 001 Yurt Dışı / Spot Alım

621 31 12 002 Sezon Defolu

621 31 12 003 Seri Sonu

621 31 12 004 Piyasa

621 31 12 005 Üretim

621 31 12 006 Konsinye

621 31 12 007 Diğer

621 31 13 (C) Şubesi Satışlarının Maliyeti

.....

740 HİZMET ÜRETİM MALİYETİ**760 PAZARLAMA SATIŞ VE DAĞITIM GİDERLERİ****770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ****780 FİNANSMAN GİDERLERİ**

.....

900 NAZIM HESAPLAR**341. Zincir Mağazalarda İşlem Gören Hesap Planı Kalemleri****Ana Hesaplar (Defteri Kebir Hesapları)**

100. Kasa Hesabı

101. Alınan Çekler Hesabı

102. Bankalar Hesabı

- 103. Verile Çekler ve Ödeme Emirleri (-)
- 108. Diğer Hazır Değerler Hs.
- 112. Kamu Kesim Tahvil, Senet ve Bonoları Hs.
- 120. Alıcılar (Müşteriler) Hs.
- 121. Alacak Senetleri Hs.
- 122. Alacak Senetleri Reeskontu (-)
- 126. Verilen Depozito ve Teminatlar Hs.
- 127. Diğer Ticari Alacaklar Hs.
- 128. Şüpheli Ticari Alacaklar Hs.
- 129. Şüpheli Ticari Alacaklar Karşılığı Hs.
- 132. İştiraklerden Alacaklar Hs.
- 135. Personelden Borçlar Hs.
- 136. Diğer Çeşitli Alacaklar Hs.
- 150. İlk Madde ve Malzeme Hs.
- 157. Diğer Stoklar Hs.
- 180. Gelecek Aylara Ait Giderler Hs.
- 181. Gelir Tahakkukları Hs.
- 190. Devreden KDV Hs.
- 191. İndirilecek KDV Hs.
- 192. Diğer KDV Hs.
- 193. Peşin Ödenen Vergiler ve Fonlar Hs.
- 195. İş Avansları Hs.
- 196. Personel Avansları Hs.
- 197. Sayım ve Tesellüm Noksanları Hs.
- 198. Diğer Çeşitli Dönen Varlıklar Hs.
- 226. Verilen Depozito ve Teminatlar Hs.
- 242. İştirakler Hs.
- 243. İştiraklere Sermaye Taahhütleri Hs.
- 250. Arazi ve Arsalar Hs.
- 252. Binalar Hs.
- 254. Taşıtlar Hs.
- 255. Demirbaşlar Hs.
- 257. Birikmiş Amortismanlar Hs.(-)

258. Yapılmakta Olan Yatırımlar Hs.
259. Verilen Avanslar Hs.
260. Haklar Hs.
261. Şerefiye Hs.
262. Kuruluş ve Örgütlenme Giderleri Hs.
264. Özel Maliyetler Hs.
267. Diğer Maddi Olmayan Duran Varlıklar Hs.
268. Birikmiş Amortismanlar Hs. (-)
280. Gelecek Yıllara Ait Giderler Hs.
300. Banka Kredileri Hs.
303. Uzun Vadeli Kredilerin Anapara Taksitleri ve Faizleri Hs.
320. Satıcılar Hs.
321. Borç senetleri Hs.
326. Alınan Depozito ve Teminatlar Hs.
329. Diğer Ticari Borçlar Hs.
331. Ortaklara Borçlar Hs.
335. Personele Borçlar Hs.
336. Diğer Çeşitli Borçlar Hs.
360. Ödenecek Vergi ve Fonlar Hs.
361. Ödenecek Sosyal Güvenlik Kesintileri Hs.
369. Ödenecek Diğer Yükümlülükler Hs.
373. Maliyet Giderleri Karşılığı Hs.
381. Gider Tahakkukları Hs.
391. Hesaplanan KDV. Hs.
392. Diğer KDV. Hs.
393. Merkez ve Şubeler Cari Hs.
397. Sayım ve Tesellüm Fazlaları Hs.
399. Diğer Çeşitli Yabancı Kaynaklar Hs.
400. Banka Kredileri Hs.
420. Satıcılar Hs.
472. Kıdem Tazminatları Karşılığı Hs.
500. Sermaye Hesabı
520. Hisse Senetleri İhraç Primleri Hs.

522. M.D.V. Yeniden Değerleme Artışları Hs.
523. İştirakler Yeniden Değerleme Artışları Hs.
540. Yasal Yedekler Hs.
542. Olağanüstü Yedekler Hs.
549. Özel Fonlar Hs.
580. Geçmiş Yıllar Zararları Hs.
590. Dönem Net Karı Hs.
591. Dönem Net Zararı Hs.
600. Yurtiçi Satışlar Hs.
602. Diğer Gelirler Hs.
610. Satıştan İadeler Hs.
611. Satış İskontoları Hs.
612. Diğer İndirimler Hs.
621. Satıla Ticari Mallar Maliyeti Hs.
640. İştiraklerde n Temettü Gelirleri Hs.
642. Faiz Gelirleri Hs.
644. Konusu Kalmayan Karşılıklar Hs.
646. Kambiyo Karları Hs.
647. Reeskont Faiz Gelirleri Hs.
649. Faaliyetlerle İlgili Diğer olağan Gelir ve Karlar Hs.
654. Karşılık Giderleri Hs. (-)
656. Kambiyo Zararları Hs. (-)
657. Reeskont Faiz Giderleri Hs. (-)
671. Önceki Dönem Gelir ve Karları Hs.
679. Diğer Olağandışı Gelir ve Karlar Hs.
681. Önceki Dönem Gider ve Zararları Hs.(-)
689. Diğer Olağandışı Gider ve Zararlar (-)
760. Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri Hs.
770. Genel Yönetim Giderleri Hs.
780. Finansman Giderleri Hs.
900. Nazım Hesaplar.

342. Zincir Mağazalarda Özellik Arzeden Hesaplar

Önceki bölümde belirtildiği üzere, zincirleme mağaza işletmelerinde önem taşıyan hesaplar stok, alacak ve satışlar ile satışların maliyeti hesaplarıdır. Bu işletmelerin tekdüzen hesap planı çerçevesinde kullanacakları ana hesaplar ana hesaplar ve etkin bilgi akışına yönelik olarak bu hesaplar altında açılması, önerilen yardımcı hesaplar sistematığı aşağıda ayrı ayrı belirlenmeye çalışılmıştır.

3420. Kasa Hesabı

Tekdüzen hesap çerçevesine göre; “ 10 Hazır Değerler” hesap grubu içinde yer alan “100 KASA” hesabı, işletmenin elinde bulunan ulusal ve yabancı paraları TL karşılığının izlenmesi için kullanılır.

Zincirleme mağaza işletmelerinde, merkez ile bağlı mağazaların kasaları yardımcı hesaplar itibariyle ayrı ayrı izlenmelidir. Bu nedenle Kasa hesabı altına açılacak birinci kurum yardımcı hesaplarda, merkez ve bağlı mağazalara göre nakit hesapları izlenirken, açılacak ikinci kurum yardımcı hesaplarda Türk Lirası ve yabancı paralar izlenir. Buna göre nakit hesapları ile ilgili hesap çatısı aşağıda örneklenmiştir.

100 KASA

100.01 Merkez Kasa

100.01.001 Türk Lirası

100.01.002 Yabancı Paralar

100.01.002.001 USD

100.01.002.002 EURO

100.02 “A” Mağazası Kasası

100.02.001 Türk Lirası

100.02.002 Yabancı Paralar

100.02.002.001 USD

100.02.002.002 EURO

3421. Alacak Hesapları

Üçüncü kişilere karşı iddia edilen her türlü hakları ifade eden alacaklar farklı açılardan sınıflanmaya tabi tutulabilir(GÜCENME, 1996, s.286-288).

Öncelikle ortaya çıkış nedenine göre;

- Kredili mal ve hizmet satışından doğan alacaklar,
- Diğer işlemlerden doğan alacaklar şeklinde bir ayırım yapılabilir.

Alacaklar, tahsil edilme sürelerine göre;

- Kısa vadeli alacaklar,
- Uzun vadeli alacaklar, olmak üzere ayrılırken,

Bir senede bağlı olup olmamalarına göre de;

- Senetsiz alacaklar,
- Senetli alacaklar, şeklinde sınıflandırılmaktadır.

Tekdüzen hesap planında, alacakların izlenmesi için kısa ve uzun vadeli oluşlarına göre sırasıyla dönen varlıklar ve duran varlıklar içinde yer alan “Ticari Alacaklar” ve “Diğer Alacaklar” hesap grupları belirlenmiştir.

Zincirleme mağaza işletmeleri, genelde nakit karşılığı ve perakende satış yapan işletmelerdir. Ancak son yıllarda, bu işletmeleri satışları içinde kredi kartı karşılığı ve taksitli olarak yapılan satışlar da önemli bir paya sahip hale gelmiştir. Bu nedenle bu işletmelerin alacak hesaplarından, “ 1 Dönen Varlıklar” hesap sınıfı içinde yer alan “12

Ticari Alacaklar” hesap grubu altında açılacak hesaplardan, senetsiz alacakların izlenmesine yönelik hesaplar önem taşımaktadır.

Bu tür işletmelerde de kredili mal ve hizmet satışlarından doğan alacaklar,

- Taksitli satışlar,
- Ulusal ve uluslar arası kredi karşılığı yapılan satışlar,
- İşletmece verilen kredi (servis) kartları karşılığı yapılan satışlar,
- Bankalarca verilen kredi (servis) kartları karşılığı yapılan satışlar için açılacak detay hesaplarda ayrı ayrı izlenmek zorundadır.

Bu doğruda kullanılacak ana hesaplar “120 ALICILAR” ve “ 127 DİĞER TİCARİ ALACAKLAR” hesaplardır.

Kredi kartı kuruluşlarınca ya da doğrudan doğruya bir banka aracılığı ile kredi kartı müşterilerine verilen ulusal ya da uluslar arası düzeyde ve belirli limitler için geçerli kredi kartları karşılığında yapılan satışlarda, doğan alacağın borçlusu satış yapılan müşteriler değil, mağaza işletmelerince sözleşme yapılmış bulunan kredi kartı kuruluşlarıdır. Bu nedenle kredi kartı karşılığı doğan alacakların “120 Alıcılar” hesabı yerine “127 Diğer Ticari Alacaklar” hesabında izlenmesi uygun olan yoldur.

Servis kartları, kimi işletmelerin cirolarını artırmak, müşterilerine ve kendilerine kolaylık sağlamak, piyasada rekabet olanaklarının artırmak ve pazardaki paylarını korumak amacıyla vermiş oldukları kredi kartlarıdır(ÜNKAYA-ALTUĞ, 1991, s. 273-276).

Son yıllarda, zincirleme mağaza işletmelerinde bu tür kredi kartı uygulamalarının arttığı gözlenmektedir. Bu kartlar karşılığında yapılan satışlarda, satıcı işletme ile alıcı arasında başka bir kuruluş bulunmamaktadır. Bu kartlar, satıcı işletme ile alıcılar arasında düzenlenen kredili satış sözleşmesini temsil eden belgeler olduğundan, bu tür kredili satışlardan doğan alacakların “120 Alıcılar” hesabında izlenmesi uygun olacaktır.

Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde kredili satışlardan doğan alacakların izlenmesinde kullanılacak hesaplara ait detaylı plan aşağıda örneklenmiştir.

120 ALICILAR

120.01 Yurtiçi Alıcılar

120.01.001 "A" Mağazası Alıcıları

120.01.001.001 Taksitli Satışlardan Alacaklar

120.01.001.002 Kredili Satışlardan Alacaklar

120.01.001.003 Diğer Alıcılar

127 DİĞER TİCARİ ALACAKLAR

127.01 "A" Mağazası Alacakları

127.01.001 Kredi Kartlarından Alacaklar

3422. Stok Hesapları

MSUG tebliğinde, "15 Stoklar" hesap grubu altında açılacak defter-i kebir hesapları sırasıyla;

150. İlk Madde ve Malzeme

151. Yarı Mamuller – Üretim

152. Mamuller

153. Ticari Mallar

157. Diğer Stoklar

158. Stok Değer Düşüklüğü Karşılığı (-)

159. Verilen Sipariş Avansları, olarak belirlenmiştir.

Zincirleme mağaza işletmelerinde, yukarıda sıralanan hesaplarda 151 ve 152 kodlu hesaplar dışında kalanlar kullanılır. Bu tür işletmelerin temel faaliyet konuları mal alım ve satımına yöneliktir ve kullanılan ana stok hesabı "153 Ticari Mallar" hesabıdır. Bu hesaba ait detaylı hesap planı aşağıda örneklenmiştir.

153. TİCARİ MALLAR

153.01 Dağıtım Merkezleri Stokları

153.01.001 A Bölgesi Dağıtım Merkezi

153.01.002 B Bölgesi Dağıtım Merkezi

153.02 Mağazalar Stokları

153.02.001 X Mağazası Stokları

153.02.002 Y Mağazası Stokları

3423. Merkez ve Şubeler Cari Hesabı

Merkezle şubelerinin ilişkilerini düzenleyen alacaklı ve borçlu çalışan bir hesaptır. Merkezin şubelerden şubelerin merkez ve ya diğer şubelerden olan alacakları bu hesaba borç, borçları da alacak kaydedilir.

393. MERKEZ VE ŞUBELER CARİ HESABI

393.01 Merkez Cari Hesabı

393.02 (A) Şubesi Cari Hesabı

393.03 (B) Şubesi Cari Hesabı

393.04 (C) Şubesi Cari Hesabı

3424. Satışlar ve Satış Maliyetleri Hesapları

Zincirleme mağaza işletmelerinde, satış ve satış maliyeti hesapları “153 Ticari Mallar” hesabı paralelinde yardımcı hesaplar oluşturulmak suretiyle izlenir. Bu işletmelerde, organizasyon ve faaliyet amaçları yurtiçi satışlara yönelik bulunduğundan kullanılacak satış hesabı “600 Yurtiçi Satışlar” hesabıdır.

600. YURTIÇİ SATIŞLAR

600.01 X Mağazası Satışları

600.02 Y Mağazası Satışları

621. SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ (-)

621.01 X Mağazası Satışları Maliyeti

621.02 Y Mağazası Satışları Maliyeti

35. Zincir Mağazalarda Bilgisayar Kullanımı

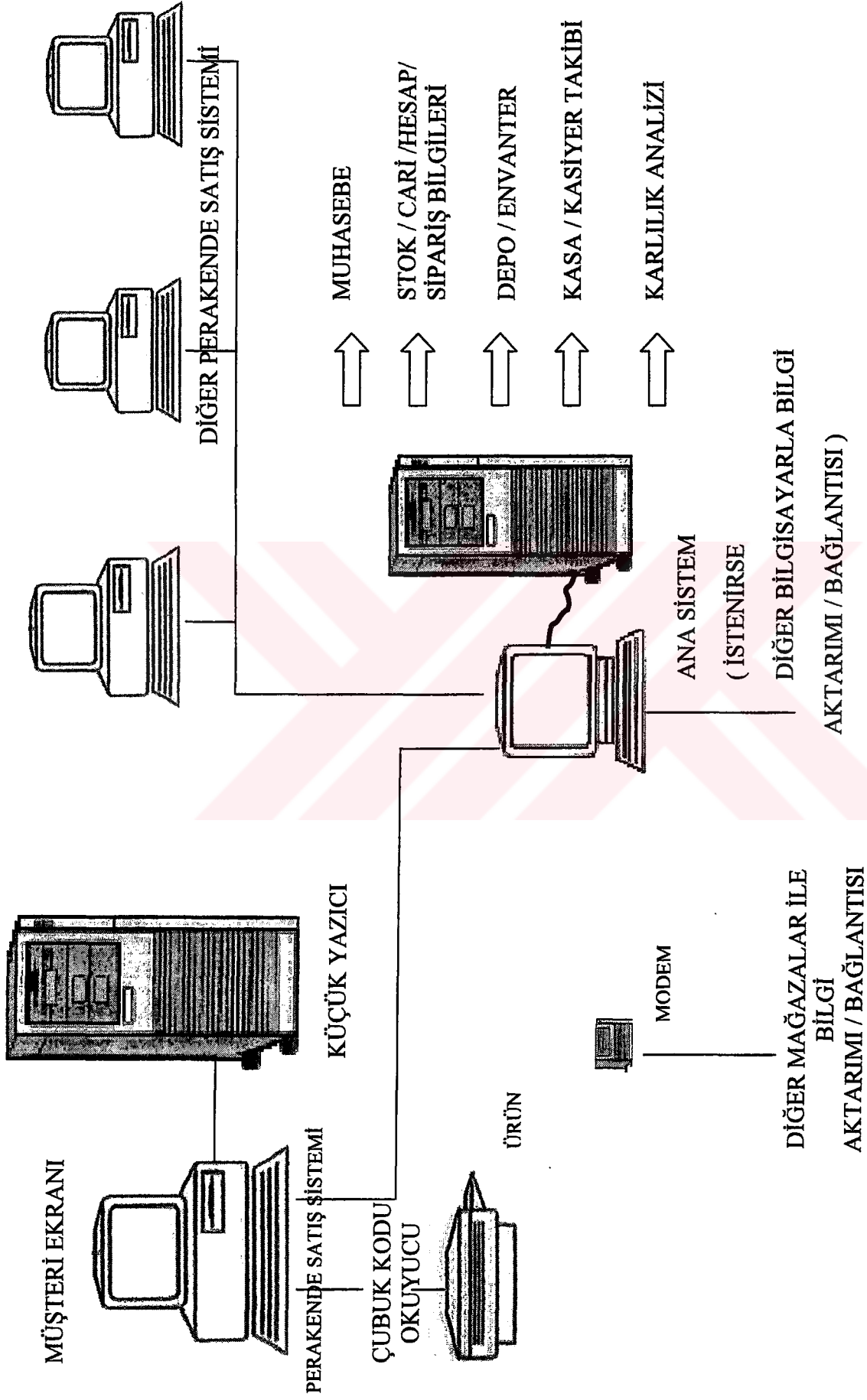
Günümüzde yapılan araştırmalar, müşterilerin genellikle aynı mağazayı kullanma eğiliminin yaygın olduğunu göstermiştir. Bu yüzden ilgili mağazanın müşterilerine devamlılık gösteren kaliteli hizmetin sağlanması çok önemlidir. Artık, bilinçlenen ve zamanı azalan çağımızın tüketicisi, yapacağı alışverişlerinde süratli ve iyi hizmet veren alışveriş noktalarını tercih etmektedir. Bu tercih de, işletme sahiplerini, sundukları hizmetin kalitesini artırmaya itmektedir.

Bu doğrultuda bilgisayar kullanımının da giderek yaygınlaştığı göz önüne alınırsa, perakende satış sisteminin oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıktığını görürüz. Özellikle perakende satış sistemi diye adlandırılan sistemlerin yaygınlaştırılmaya çalışılması bunun en büyük göstergesidir. Kısaca, Satış Noktası İşletim Sistemi olarak tanımlanan bu sistemler, gelişmiş bir yazar kasa ve bilgisayarın birleşmesinden oluşmaktadır.

Perakende satış programları ise en kısa tanımıyla, her an kasalarınızı, depolarınızı, satış hızınızı, cironuzu kontrol edebileceğiniz, nakit paranızı en iyi şekilde değerlendirebileceğiniz, anlık fiyat artış ve ya azalışlarını sağlayıp bunları takip edebileceğiniz sistemlerdir.

Perakende satış programları, hızlı ve kesintisiz alışveriş ve depolama yönetimini ön plana çıkaran programlardır. Ürün giriş ve çıkışında çubukkodu sistemi kullanarak, hatasız hizmet sağlarlar. Müşteriler bu sistemde nakit, çek, kupon, kredi kartı gibi her türlü ödeme aracını kullanabilir. Ayrıca ucuzluk dönemlerinde indirimli alışveriş de yapılabilir. Perakende satış programlarında, herhangi bir bilgisayar ve ya yazarkasa özelliklerine sahip bilgisayarlar kolaylıkla kullanılabilir.

Günümüzde bilgisayar şirketleri, Maliye Bakanlığı'nın onayladığı perakende satış sistemleri pazarlamaktadır. Perakende satış sistemleri genellikle büyük ölçekli mağazalar tarafından tercih edilmektedir.



Şekil : 9

Zincir Mağazalarda Uygulanan Perakende Satış Sistemi

Şekil-9'da örneklenen bir Perakende Satış Sisteminde, genel olarak aşağıdaki çevre birimleri bulunur.

1. Çubuk kodu okuyucusu, ürünlerin çubuk kodlarının okunmasını sağlar.
2. Yazıcı; satış belgelerinin yazılmasını sağlar.
3. Manyetik kart okuyucu; kredi kartlarının okunmasını sağlar.
4. Para çekmecesi,
5. Kasiyer anahtar sistemi; kullanıcıların yetkilerine göre, şifreleme dışında ek donanım kontrolünü sağlar.

Bu sistemler, mağaza elemanlarının verimliliğini, moralini ve verimliliğini artırarak müşteriye daha hızlı hizmet verilmesini sağlar. Bu sayede, kasaların önünde uzun kuyruklar oluşması önlenir. Satış esnasında, hata yapma riski en aza iner ve müşteri memnuniyeti en üst seviyeye çıkar.

Perakende Satış Sistemleri sayesinde, depo hareketleri istenen şekillerde arka ofise aktarılarak kontrol edilip, kritik stok seviyeleri kolayca tespit edilir ve otomatik bir sipariş sistemi gerçekleştirilebilir.

Satış analizleri, mağaza elemanlarının verimliliği gibi işletme için gerekli, anında alınabilen raporlar sayesinde, kararlar çok daha hızlı ve güvenilir bir şekilde verilir. Az sayıda eleman ile çok daha fazla satış gerçekleştirilebilir ve karı artırıcı, doğru ve denetimli bir bilgi toplama, değerlendirme sistemine sahip olunur. Özellikle, zincir mağaza örgütlenmelerinde, yukarıda özetlenen çerçevede bilgisayarlı örgütlenmeye gidilmesi, çok daha büyük bir önem taşır.

Bütün bu üstünlükler, bilgisayarlı örgütlenmeye giden mağazaların, rekabet ortamından çok daha üstün bir konuma geçmesine yardımcı olacağı gibi, şirketlerin geleceğini garanti altına alan stratejik silahlardır.

Yukarıda verilen açıklamalar çerçevesinde, mağazada bilgisayar örgütlenmesinin sağlayacağı faydalar aşağıdaki şekilde özetlenebilecektir:

- Ürünlerin fiyatları kolayca güncellenir, işlemler hızla yapılarak, satış noktasında müşterilere daha hızlı servis verebilir. Özel satış anlarında ve tanıtımlarda daha çok müşteriye ulaşılmasını sağlar.

- Satış işlemlerini hızlandırdığı gibi, hataları da aynı oranda azaltır. Böylelikle, satış noktalarında daha iyi verimlilik sağlar.

- Stratejik kararların verilmesi için gerekli, kapsamlı mağaza raporları alınabilir. Ürün hareketleri, bölüm toplamları, kasa ve ya kasiyer verimliliği hakkında çeşitli raporlar alınabilir.

- Süpermarket uygulamasının getirdiği kolaylıkla, farklı tiplerde nakit, çek, kredi kartı vb. ödeme almak, kasiyerler için çok daha kolay ve daha güvenli olacaktır. Her bir ödeme tipi için uygulanması gereken kurallar ve denetimler sistem tarafından otomatik olarak yapılır.

36. Zincir Mağazalarda Çubukkodu Kavramı ve Kullanımı

Satış noktası işletim sistemi incelenirken, sıklıkla bahsedilen ve bu sistemin önemli araçlarından olan çubukkodu bu bölümde ele alınarak, bu araçla ilgili uygulamaların muhasebe sürecindeki katkıları ve mağazalarda stok takibinde sağladığı kolaylıklar genel olarak incelenmiştir.

İlk defa 1949'da ABD'de keşfedilen bu teknik, demiryolunda taşınan tekerlekli araçları ağırlık ve seri numarası itibariyle tanımlanmasında kullanılmıştır. İlk ticari kullanımı yine ABD'de 1970 yılında süpermarketlerde olmuştur. ABD'de kırk yıla yakın bir geçmişi olan çubukkodu teknolojisi, örgütlenme ve uluslararası standartlarını oluşturma konusunda oldukça büyük aşamalar kaydetmiştir(DOYRANGÖL, 1996, s.64).

Perakende satılan her ürüne bir numara (çubukkodu) oluşturmanın yöntemi oldukça basittir. Bu numaralar, ABD ve Kanada'da oniki ya da sekiz basamak, Türkiye'nin de içinde yer aldığı Avrupa Ülkelerinde ise onüç ya da sekiz basamaktan oluşur ABD ve Kanada kökenli ürünler UPC (Universal Product Code), Avrupa kökenli ürünler ise EAN (European Article Numbering) olarak adlandırılır.

Çubukkodu, ticari faaliyetlerde malların tanımlanmasına yarayan, bilgisayarlara bağlı özel cihazlarla okunabilen, tekdüzen bir numaralama sistemidir. Çubukkodu bir malın hangi ülkenin hangi işletmesinde üretildiğini ve ya ambalajlandığını, malın cinsini ve çeşitli özelliklerini tanımlamak amacıyla, önceden belirlenmiş kurallara uygun olarak çeşitli kalınlıklarda bir dizi dikey paralel çizgiler ve bu çizgilerin arasında çeşitli genişlikte boşluklardan meydana gelir(DOYRANGÖL, 1996, s.64).

Tüm kodlama yöntemlerinde olduğu gibi çubukların dizilişleri de belli düzenlere dayalıdır. Çubukların yan yana diziliş düzenleri EAN'nın belirlediği çubukkodu alfabesine göre belirlenir. EAN'nın belirlediği alfabe genellikle dört bölümden oluşur (DOYRANGÖL, 1996, s.65).

- Ülke kodu: ilk üç hanedir. EAN tarafından Milli Mal Numaralama teşkilatına verilen ve bu teşkilatı tanımlayan ülke bayrak numarasını gösterir.

- İşletme kodu: Ülke kodundan sonra gelen dört hanedir. Milli Mal Numaralama Teşkilatı tarafından üretici ya da satıcı işletmeye verilen ve o işletmeyi tanımlayan üretici ve satıcı kod numarasını gösterir.

- Mamul kodu: İşletme kodundan sonra gelen beş hanedir. Üretici ya da satıcı işletme tarafından üretilen mamule verilen ve o mamulü tanımlayan kod numarasını gösterir.

- Kontrol sayısı: Onüçüncü hanedir. Bu sayının yardımı ile önceden programlanan okuma cihazı ile ilk oniki sayının doğru okunup okunmadığı kontrol edilir.

Çubukkodu normal olarak 13 haneli sayı dizisini kapsayacak şekilde dikey paralel çizgiler ve bu çizgiler arasında genellikle çeşitli genişlikte boşluklardan oluşur.

EAN – 13

XXX	XXXX	XXXXXX	X
(3)		(4)	(5) (1)
Ülke	Kurum / İşletme	Mamul	Kontrol
Kodu	Kodu	Kodu	Sayısı

EAN- 8

XXX	XXXX	X
(3)		(4) (1)
Ülke	Kurum / İşletme	Kontrol
Kodu	Kodu	Sayısı

ITF- 14 (Interleaved Two of Five)

XXX	XXXX	XXXXXX	X
Ülke	İşletme	Mamul	Kontrol
Kodu	Kodu	Kodu	Sayısı

Çubuk kodunun kullanılması, birçok kolaylık ve fayda sağlamaktadır. Bunlar kısaca şu başlıklarda toplanmaktadır:

- İşletme içi ve işletme dışı bilgi akışını kolaylaştırırken, aynı zamanda üretici ve perakendeci arasında da iletişimi kolaylaştırır,
- Stok hareketlerinin kolay izlenmesine imkan verir ve ambar – satış denetiminin rahat ve doğru yapılmasını sağlarken, işletme iş gücünden tasarruf sağlayarak maliyetlerin düşmesine neden olur.
- Satış siparişlerinin girişlerinde rahatlık sağlayarak, işletme verimliliğini artırır.
- Satış anında kasadaki yanlışlıkları önleyerek, güvenilir kasa fişi alınmasını sağlar.

- Çubukkodu, satış anında herhangi bir aksaklıkta güvence niteliği taşıırken aynı zamanda mamul hakkında tanıtıcı bilgiler verir.

- Ambar hareketleri konusunda kolay ve doğru bilgi alınabilmesini sağlar.
- Satış yönetiminin kolaylaşmasını sağlar.

Çubukkodunun amacı, satılan ürünün bilgisine, yani adı, fiyatı ve KDV'sine hızla erişmek ve bu malın menşeyini belirlemektir. Ama, tüm ürünlerin doğru fiyatları ile satış noktalarındaki yazarkasa ya da işletim sistemlerinde yüklü olması oldukça zor ve ciddi bir iştir. Çünkü, ürün sayısının çokluğu ve enflasyon ortamının getirdiği hızlı fiyat değişikliği göz önüne alınırsa, ürünlerin zamanında ve doğru olarak tanımlanması, fiyatlarının belirli bir düzen içinde güncelleştirilmesi, mağazanın günlük iş akışını doğrudan etkilemektedir. Bu iş yükünün yanında, bir de çubukkodsuz olan ürünleri ve hatta farklı olmakla birlikte aynı çubukkodu taşıyan ve standartlarının uymadığı ürünlerin varlığı düşünülürse, sunduğu hizmetin kalitesini artırma kaygısında olan mağazalarının düşebileceği durumun ne kadar sorunlu olacağı öngörülebilir.

Çubukkodlu satış yapmak, her şeyden önce bilgisayar donanımı ve yazılımı konusunda başarılı bir örgütlenmeyi gerektirir ki, bu aynı zamanda, mağazanın yetişmiş teknik eleman bulundurması zarureti de beraberinde getirir. Çünkü, ekonomik koşullar ve mağaza dinamiğinin gereği, her şeyin çok çabuk ve anlık olarak değişebileceği bir ortamda, dışarıdan destekli iş akışını sürdürmek yetersiz kalacak, çoğu zamanda mümkün olmayacaktır. Ürünlerin çubukkodlarının okutulması ile mağazadan satış denetim altına alınırken, aynı zamanda mağazaya ürün girişi de denetlenmektedir. Bu, mağazaların hayati işletme faaliyetlerinden olan satınalma ve satış sürecinde çok önemli bir role sahip bulunmaktadır.

37. Zincir Mağazalarda Stok Muhasebesinin Yapısı ve İşleyişi

Büyük mağazaların örgütlenme yapılarına baktığımızda stok yerlerinin genelde depolar ve satış yerleri (mağazalar ve satış kısımları) olarak belirlendiğini görürüz. Stokların kayıt ve takibi ve mali tabloların kolayca çıkarılabilmesi açısından, depolardaki malların

hareketlerinde maliyet değerlerini bilmek yeterli olurken, satış mağaza ve kısımlarındaki malların hareketlerinde, maliyet değeri yanında, satış değerini hatta Katma Değer Vergili (KDV'li) satış değerini ve ayrıca KDV'ni de bilmek gerekmektedir(DOYRANGÖL, 1996, s. 50).

Stokların takibi ve doğru olarak raporlanabilmesi için iyi bir belgeleme sisteminin ve ayrıntılı bir kayıt düzeninin bulunması şarttır. Güvenilir ve ayrıntılı bir kayıt düzeni ise işletmede "sürekli envanter" yöntemine göre işletilen etkili bir sistemin var olması halinde gerçekleşir.

Satış kısımlarına verilen malların takibinde genellikle şu iki kayıt yöntemi uygulanmaktadır.

1. Maliyet (+) Kar Yöntemi,

2. Satış Fiyatı Yöntemi.

Zincir mağaza işletmelerinde, dağıtım merkezlerinin ambarlarından, mağaza ambarlarına gönderilen mal stoklarının yanısıra, mağazaların merkezden bağımsız olarak satınaldıkları mal stoklarının izlenmesi için ortak bir yöntemin belirlenmesi gereklidir. Bu tür işletmelerde, büyük mağazaların kısımlarında stok izleme için uyguladıkları yöntemlerin uygulanması, pratikte bir yarar sağlamaktan uzaktır.

Öncelikle, dağıtım merkezi ambarları ile mağaza ambarlarında stokların izlenmesinde ortak bir yönetim uygulanmalıdır. Bu yöntem de maliyet değeri ile stokların izlenmesidir. Dağıtım merkezlerinde ve mağazaların depolarında izlenen stokların girişleri maliyet değeri ile yapıldığına göre bunların örneğin satış değerleri üzerinden izlenmeleri, ilave külfetler getirmekten öteye gidemeyecektir.

Her bir mağazada satış noktalarına verilen stokların da maliyet değerleri üzerinden izlenmesi yine en uygun yol olacaktır. Çünkü bu işletmelerde oluşturulan bilgisayar destekli satış noktaları ve çubukkodu uygulaması, stok kayıtları ve satış takibinde, genel

kabul görmüş muhasebe ilkeleri ve yasal düzenlemelere uygun yapının uygulanmasına en iyi şekilde hizmet edebilmektedir.

Mağaza deposu ile satış kısımlarındaki stokların ayrı ayrı izlenmesi, sorumlu birimler itibariyle stokların takibi açısından önem taşır. Bu takipte işletme açısından önemli olan, öncelikle malların cins ve miktar itibariyle izlenebiliyor olmasıdır. Zincirleme mağaza işletmelerinin merkez muhasebesinde stokların miktar ve tutar olarak izlenmesinde esas alınan birimler, dağıtım merkezleri ile her bir mağazadır. Satış kısımları itibariyle stokların izlenmesi ise, her bir mağazanın, ayrı ayrı kendi iç denetimleri açısından önem taşır.

Bu doğrultuda her bir mağazada stok takibi, oluşturulacak alt bilgi işlem sistemi ile ana depo ve satış noktaları itibariyle yapılmalıdır. Her bir mağaza itibariyle stokların izlendiği birimler ne olursa olsun toplam stoklar miktar ve tutarları itibariyle, zincir mağaza işletmesinde her bir mağazaya ait genel stok değerleri olarak izlenecektir.

Her bir mağaza itibariyle oluşturulacak, merkezi kapalı sistemde, malın sipariş aşamasından satış noktalarındaki satış aşamasına kadar olan tüm hareketler, mal cinsi, birim maliyet fiyatı, birim satış fiyatı itibariyle mevcut bulunmaktadır. Bu noktada işletme yönetimi henüz muhasebe ilke ve kurallarına göre işlenmemiş ve bu anlamda informal olan her türlü bilgiye ulaşabilmektedir. Ancak bu bilgilerin formal bilgi şekline dönüşmesi muhasebede olabilmektedir.

Çubukkodu uygulanmasına dayalı olarak yürütülen bu sistemde üretilen veriler, muhasebede sürekli envanter yönteminin işlenmesine ve dolayısıyla formal kayıt ortamında stokların, satılan malın maliyetini ve satış hasılatının güncel olarak takibine olanak sağlamaktadır. Bir işletmede, daha çubukkodu sisteminin kuruluş aşamasında, o işletmenin üst düzey muhasebe sorumlularının, tasarımcılar ile iyi bir iş birliği içinde bulunmaları ve yönetime rapor hazırlama sorumluluğunu ve iç denetim tekniklerinin en etkili şekilde uygulanmasını temin edecek muhasebe programlarının, sisteme entegre edilmesini sağlamaları gerekir(DOYRANGÖL, 1996, s.80).

Zincirleme mağaza işletmelerinde, stok kayıtlarına yönelik muhasebe sürecinde önemle üzerinde durulması gereken diğer bir konu da, kayıt düzenini tüm mağaza kayıtlarının

merkez muhasebeye aktarılmak suretiyle sürdürülmesi gereğidir. Bu nedenle de gerekli bilgi-işlem yapısını tüm güvenlik önlemleri göz önünde tutulmak suretiyle kurulması ve işletilebilmesi, bu tür işletmelerde muhasebe örgütlenmesinin en temel noktasını oluşturur.

370. Zincir Mağazalarda Sipariş ve Satın alma İşlemleri

Mağaza müdürlerinin mal satın alınmasına genellikle izin verilmez. Mağaza müdürlerinin mal satın almalarına izin vermek, zincir mağaza faaliyetlerinin temel üstünlüğü olan geniş ölçekli mal alımı üstünlüğünü bozar. Mağaza müdürleri ne ve ne kadar satın alınacağını belirlenmesinde satınalma görevlilerine değerli bilgiler sağlar. Anlaşmalar çoğunlukla bir grup mağazaya yakın kaynaklarla yapılır ve mağaza müdürlerinin uygun bulunan kaynaklara sipariş vermelerine izin verilir. Fakat anlaşma koşullarının görüşülmesi ve malların seçimi zincir mağaza işletmesinin merkezindeki görevlileri ya da satınalma görevlileri tarafından yerine getirilir(KOPARAL, 1988, s.122-124).

Satınalma yöneticisi, çoğunlukla satınalma görevlilerinden sorumludur. Satınalma yöneticisi, satınalma görevlilerinin çalışmalarına nezaret eder, yol gösterir ve gerektiğinde mal tedarik kaynakları ile görüşmelerde yardımcı olur. Satınalma görevlisi, belirli bir mal türünü ya da türlerini satın almaktan sorumludur. Bir gıda zincirinde, satınalma görevlileri sebze-meyve, süt ürünleri, et ve bakkaliye malları konusunda uzmanlaşırlar. Bu mal sınıfları içinde ileri uzmanlaşma vardır. Satınalma görevlilerinin mallar konusundaki uzmanlaşma derecesi iş hacmine bağlıdır. Küçük zincir mağazalarda, satınalma görevlileri büyük zincir mağazaların satınalma görevlilerine kıyasla daha geniş mallar dizisini satın alırlar. Satınalma görevlisi, satılabilirlik derecesi yüksek olan tüketiciler tarafından şiddetle talep edilen malların satın alınmasından sorumludur. Uygun bir miktarı satınalmak, satınaldığı malın hangilerinin reklam ve tanıtımının yapılması gerektiğini raporlamaktan da sorumludur(KOPARAL, 1988, s.140).

Mal hareketlerine ilişkin istatistiksel bilgi, satınalma görevlileri için birinci derecede önemlidir. Bu bilginin sağlanması stok denetim bürosu yöneticisinin sorumluluğudur. Stok denetim bürosu yöneticisi, ticaret müdürüne ve satınalma görevlilerine mal türleri, fiyat dizileri, beden ya da numara, stil, renk ya da malların satınalma görevlisi için önemli olan tüm fiziksel özelliklerine kadar satışlara ve stoklara ilişkin bilgi sağlar. Bu büronun

yöneticisi az satılan mallar, çok satılan mallar, stok dönme hızı, fiyat indirimleri, maliyet yüzdeleri, fiyat artış yüzdeleri ve elde edilen iskontolara ilişkin raporlar hazırlar ve raporlar(KOPARAL, 1988, s.143-144).

Depo sorumlusu, malları imalatçılardan depoya getiren nakliyecilerden teslim almaktan ve malların depoya yerleşiminde sorumludur. Mağazalardan gelen siparişlerin ya da taleplerin etkin biçimde ele alınması da depo nezaretçisinin bir sorumluluğudur. Bu, siparişlerin alınması zamanı ile mağazalara gönderilmek üzere yükleme zamanını gösteren sipariş kayıtlarının tutulmasını gerektirir. Sipariş kayıtları ise mağaza siparişlerinin depo tarafından ele alınması için geçen süreyi gösterir.

Bireysel mağaza siparişleri depoda birleştirilir ve sonra yükleme için birleştirilir. Mallar birleştirilirken kontrol işareti koymak ve gerektiğinde ambalajlamak suretiyle her bir siparişin çabuk ve etkin biçimde birleştirilmesi için hazırlık yapılmalıdır. Kutuları, ve diğer paketleme malzemelerini imal eden bir departman işletilebilir. Uygun biçimde paketlenildiği zaman, mağaza siparişleri işaretlenir ya da adresi yazılır, sonra tartılır ve yüklemeye hazır duruma gelir.

Depo tarafından teslim alınan ve depodan çekilen malların kayıtlarının tutulması depo nezaretçisinin bir sorumluluğudur. Bu, sürekli bir stok sisteminin kurulması ve yürütülmesi gerektiği anlamına gelir. Periyodik biçimde, mal stoku fiziksel olarak ele alınır ve hata olan yerlerde kayıtlar düzeltilir(KOPARAL, 1988, s.131).

371. Zincir Mağazalarda Uygulanan Envanter İşlemleri

Zincir Mağazalarda kullanılan envanter yöntemine geçmeden önce envanter kavramı ve bir işletme için önemi üzerinde kısaca durulmuştur.

Envanter, bir işletmenin bütün mevcutlarını mal, demirbaş, makine, tesisat kasa vs. sayması, ölçmesi, tartması ve değerlendirmesidir(ERKURAL, 1995, s.153).

TTK md. 73'te ise envanter tanımı şu şekilde verilmiştir. "Envanter çıkarmak, bilanço günündeki mevcutları, alacakları ve borçları saymak, ölçmek, tartmak ve değerlemek

suretiyle kesin bir şekilde ve müfredatlı olarak tertip etmektir. Mevcutlar, alacaklar ve borçlar işletmeye dahil iktisadi kıymetleri ifade eder”(TTK, mad. 73).

Mevcutlar, alacaklar ve borçlar işletmeye dahil iktisadi kıymetleri ifade eder. Bu suretle her iki tarafta da envanterin esas bünyesini teşkil eden üç faktör mevcuttur: “Saymak, değerlendirmek ve bu işi muayyen devrelerde yapmak”(ATAMAN, 1996, s.15).

Envanter işlemlerinden, varlıkların ve borçların sayılması, ölçülmesi, değerlendirilmesi bölümüne muhasebe dışı envanter, bu saptamalara göre gerekli düzenlemelerin yapılmasına muhasebe içi envanter denilmektedir. Muhasebe içi envanter, muhasebe dışı envanterin verdiği sonuçlara göre gerekli ayarlama ve düzenleme maddelerini yapmak suretiyle, defterlerin gösterdiği kalanlarla envanter günündeki gerçeği uydurmaya çalışır (ATAMAN, 1996, s.16).

Muhasebe açısından envanter bir işletme için çok önemlidir. Çünkü işletme ancak envanter sonucunda kar ve zararını belirleyebilir. En büyük varlık kalemlerinden stok dönüşüm hızının yüksek olduğu işletmelerde kuvvetli iç kontrol sistemi önemlidir. Sürekli envanter yöntemi de bu iç denetim sistemini sağlayabilmektedir. Fakat sürekli envanter sistemi tek başına iç denetimi sağlayamaz. Sürekli envanter yöntemini muhasebe kayıtlarında sürekli şekilde mevcut malın maliyet değerinin ve satılan malın maliyet değerinin görülmesine imkan verir.

Yasalarımız envanterin süresini belirtirken yapılış tarihini tam tespit etmemiştir. TTK md. 73'e göre envanter süresi üç ay olarak açıklanırken, VUK'nda süre belirtilmemiştir. Danıştay kararı ile ise, beyanname verme süresinin sonuna kadar envanter düzenleme olanağı sağlanmıştır.

Envanter, kural olarak hesap dönemi sonunda yapılır. Ancak büyük işletmelerde, işlemlerine yıl başından önce başlanır. Büyük mağazalarda yıl başının çok hareketli olması nedeni ile sayma döneminin son günü akşamı başlanır ve yeni yılın ilk günlerinde sayım tamamlanır(DOYRANGÖL, 1996, s.47).

'Büyük mağaza ve eczanelerde mal envanteri üç yılda bir çıkarılabilir. Envanterlerin yapılmadığı yıllarda varlıkların saptanması, stok ve ambar kayıtlarından yararlanarak ve kayden yapılır.'(V.U.K., Md.190).

İşletmelerin envanter çıkarmadıkları yıllarda, hesaben mevcut iktisadi kıymetleri envanter defterine kaydetmeleri öngörülmüştür. İşletmelerin bunu yapabilmeleri için mevcutları takip edecek bir kayıt sistemine sahip olmaları gerekir. Eğer mal mevcudu hesaben takip edilmiyorsa, envanterin üç yılda bir yapılması mümkün değildir (DOYRANGÖL, 1996, s.47).

Envanter yalnızca yıl sonunda değil, ara dönemlerde ve denetim amaçlı olarak da yapılabilmektedir. Yine yıl sonunda yapılacak envanter sayımının sakıncalarını ortadan kaldırmak için ve etkin iç denetim gereği periyodik ve devamlı sayımlarda kullanılmaktadır.

Sürekli envanter yöntemi birim değerleri yüksek ve birimleri amaç dışı kullanılmasının kolay bulunduğu işletmeler için uygun bir stok kayıt yöntemi olarak açıklanıyorsa da, çubukkodu sistemi ile büyük mağazalarda rahatlıkla uygulanabilmektedir. Bu mağazalar, düşük kar marjlı satış yapmaları ve vadeli alıp peşin satış avantajları olmaları nedeni ile bu işletmelerde satış maliyet bilgilerinin önemini artırmakta, çubukkodu sürekli envanter yöntemi ile stok takibine büyük katkıda bulunmaktadır.

Gelişen teknoloji, sayımı, sağlanan faydaya göre pahalı bir işlem olmaktan çıkarmıştır. Özellikle çubukkodu destekli stok takibi sistemine sahip büyük mağazalarda, stok sayımı problem olarak görülmemektedir. Birkaç metre uzaktan raflardaki malların çubukkodu etiketlerini okuyabilen el terminaleri gerek stok sayımında gerek sipariş miktarını tespit için devrim yaratmıştır(DOYRANGÖL, 1996, s.47).

38. Gima Mağazaları Uygulaması

Türkiye'nin ilk ulusal süpermarket zinciri olan Gima mağazalarının muhasebe örgütlenmesi ise şöyledir:

380. Gima Mağazası İle İlgili Genel Bilgiler

Türkiye'nin ilk ulusal süpermarket zinciri olan GİMA 1956 yılında bir Kamu İktisadi Teşebbüsü olarak kurulmuş ve 1993 yılında özelleştirilerek Dedeman Holding A.Ş. ve Bilfer Madencilik A.Ş. ortaklığına satılmıştır.

1996 yılında çoğunluk hisseleri ve yönetiminin FİBA Şirketler Grubu'na geçmesi ile beraber, yaygınlık ve çağdaş alışveriş ortamına kavuşarak, Türkiye'nin önde gelen zincir süpermarketleri arasındaki yerini almıştır.

Gima T.A.Ş.'in sunduğu çağdaş marketçilik anlayışına dayalı hizmet, 2001 yılında da devam etmiştir. Bu bağlamda, Gima mağazalarında Mado, Sultan Ahmet Köftçisi, Burger King gibi zincir restaurant ve kafeteryalar, AFM sinemaları, oyun alanları, D&R, Raksotek, LCW, BAB gibi ünlü müzik ve giyim firmalarının şubeleri açılmıştır.

Böylece Gima mağazaları, sadece temel ihtiyaç maddeleri satılan süpermarket kimliğinden çıkıp, aynı zamanda tüm ailenin güzel vakit geçirdiği, diğer ihtiyaçlarını da karşıladığı bir cazibe merkezine dönüştürülmüştür. Bu yenilikleri çalışanların hizmet kalitesi, rekabetçi fiyat politikaları, ürün çeşitliliği, tanıtımlar ile destekleyen Gima, dinamik ve güçlü imajını devam ettirmiştir.

Gima T.A.Ş., 2001 yılı başında 74 mağaza ve 88.910 m² net satış alanına sahipti. 2001 yılı içinde 12.837 m² net satış alanı olan 6 mağaza açılırken, verimsiz olan 6 mağaza kapatılmıştır. Sonuç olarak, yıl sonunda mağaza sayısı 74'te kalmış, net satış alanı ise 96.202 m²'ye ulaşmıştır.

74 mağazanın 72 tanesi Gima tarafından, 2 tanesi ise Gima'nın iştiraki olan Spar Gıda San. Ve Tic. A.Ş. tarafından işletilmektedir. Gima'nın net satışları 31.12.2000 itibariyle 159.208.248 milyon TL., iken, 31.12.2001 tarihinde % 112 artışla 337.645.902 milyon TL. olmuştur. Süpercard'lı ciro oranı 2000 yılı sonu itibariyle % 72 iken, 2001 yılı sonunda % 85 olmuştur.

2001 yılında 113 adet yeni Gima markalı ürün satışa sunulmuş, toplam Gima markalı ürün sayısı 447'ye ulaşmıştır. Gima markalı ürünlerin ciro içindeki payı ortalama % 12,8 olmuştur. 2001 yılı Gima satışlarının grup bazında dağılımı;

- Gıda Grubu, 158.858.275 Milyon TL (% 46,84)
- Temizlik Grubu, 49.415.843 Milyon TL (%14,57)
- Non Food Grubu, 21.365.753 Milyon TL (%6,30)
- Tekstil Grubu, 4.966.874 Milyon TL (%1,46)
- İşletici Firmalar Grubu, 34.972.546 Milyon TL (%10,31)
- Toptan ve FRC Satışlar, 69.602.831 Milyon TL (%20,52)' dir.

Gima'da 2001 yılında büyüme hedefleri doğrultusunda eleman sayısı yıl sonu itibariyle %17 olarak 2.648'e ulaşmıştır. Şirketin eğitim departmanı tarafından 2001 yılı içinde Gima, Endi ve Gimrom elemanlarına eğitim verilmiştir. 2002 yılında Gima; doğru ve uygun yerlerde, alışveriş ergonomisine uygun, tasarımlı, müşteri isteklerine göre düzenlenmiş ürün portföylü, uygun fiyatları ile müşteriye en üst faydayı sağlayan, Gima oluşumunu daha ileriye götüren mağazalar açmayı planlamaktadır.

2001 yılı itibariyle mevcut sermaye 25 trilyon liradır. Dağılımı ise şöyledir:

<u>Hissedarın Adı</u>	<u>Hisse Oranı%</u>	<u>Pay Miktarı (milyon TL)</u>
1. Fiba Holding A.Ş.	20.00	4.999.999
2. Girişim Factoring	16.58	4.144.999
3. Fiba Factoring	8.77	2.192.608
4. Bilfer Madencilik A.Ş.	6.66	1.663.763
5. Alpri Holding A.G.Zürich	3.67	916.667
6. Fina Holding A.Ş.	5.86	1.465.666
7. Dedeman Holding A.Ş.	5.76	1.440.273
8. Finans Deniz Fin.-Kir. A.Ş.	2.00	500.000
9. Afife Özel	2.00	500.000
10. Diğer	28.70	7.176.000
TOPLAM	100.00	25.000.000

381. Gima Mağazasının Şubeleri ve Tanıtları

Gima mağazasının tüm Türkiye çapında 71 şubesi bulunmaktadır. Bu şubelerin kısaca tanıtımı şöyledir:

	MAĞAZA ADI	AÇILIŞ YILI	SATIŞ ALANI	ADRESİ
1	Kızılay Mağazası	Mar.57	1502	Atatürk Bulvarı Emek İş Hamı
2	Bahçelievler Mağazası	Ara.96	450	Cami Durağı 7. Cadde
3	Cebeci Mağazası	Nis.71	297	Cemal Gürsel Cad. No:104 A-B
4	Çankaya Mağazası	May.84	292	Hoşdere Cad. No:201/A
5	Dikmen Merkez Mağazası	03.04.1998	1.191	Dikmen Cad. No: 376
6	Etimesgut Mağazası	Eyl.91	600	Kazım Karabekir Mah. 2.Cad. No:6/a
7	Küçük Esat Mağazası	Nis.68	338	Küçükesat Cad. No:82/D
8	Batı Lojmanları Mağazası	Haz.97	940	İvedik Cad. Ahmet Hamdi Sok. No:61
9	Küçükyalı Mağazası	15.05.1998	909	Atatürk Cad. No:11
10	İdealtepe Mağazası	08.07.1998	878	Turgut Özal Bulvarı No:321/13
11	Selamıçeşme Mağazası	Haz.73	559	Zühtüpaşa Mah. Bağdat Cad. No:212
12	Ataşehir Mağazası	09.08.1998	703	T-14 Mozaik Ticaret Merkezi
13	Bahçelievler Mağazası	18.06.1999	636	Çalışlar Cad. No:34
14	Mecidiyeköy Mağazası	02.07.1999	2.260	Ortaklar Cad. No:17 Meliha Avni Sözen Fuar Merkezi
15	Şişli Mağazası	16.07.1999	840	Büyükdere Cad. Şişli İş Merkezi No: 5/7
16	Sarıyer Mağazası	20.09.1999	650	Mesarbunu Cad. Kumsal Çay Bahçesi Arkası No:2
17	Adapazarı Mağazası	27.03.1998	1.260	Adnan Menderes Cad. No:180
18	Antakya Mağazası	21.08.1998	2.176	Atatürk Cad. No:120 Odabaşı Belediyesi
19	Aydın Mağazası	24.07.1998	1.258	Kurtuluş Mahallesi İzmir Caddesi Otogar Doğusu
20	Bodrum Mağazası	29.05.1998	2.042	Kıbrıs şehitleri Cad. Gumbet Kavşağı
21	Yalıkavak Mağazası	30.05.1998	1.360	Gökçebel Köyü Kalabak Mevkii Yalıkavak
22	Bursa Merkez Mağazası	Ara.90	22.47	Nalbantoğlu Mah. Albay Belir Sami Cad.
23	Edirne Mağazası	08.05.1998	1.034	Talatpaşa Asfaltı Nazır Çeşme Karşısı No:202
24	Düzce Mağazası	11.07.1998	1.157	Bolu Cad. Fettahbey Mevkii No: 62

25	İzmit merkez Mağazası	May.87	565	Değirmenyolu Cad. No: 116/A
26	Kırıkkale Merkez Mağazası	Kas.75	979	Güler Mahallesi İstasyon Caddesi
27	Kırıkkale Şube Mağazası	Ağu.94	220	Yaylacık Mah. Atatürk Bulvarı No:33
28	Mersin Göçmen Mağazası	16.02.1999	1.684	Mustafa Kemal Bulvarı No:512
29	Samsun Mağazası	Kas.80	685	Kale Mahallesi Diyanet Sitesi
30	Samsun Atakum Mağazası	27.11.1998	922	Mustafa Kemal Bulvarı Mimar Sinan Mah. No:184
31	Sinop Mağazası	Şub.79	300	Özel İdare Müdürlüğü İş Hanı
32	Van Mağazası	Ara.78	765	Silifke Caddesi No: 21
33	Zonguldak Mağazası	Eyl.68	535	Terakki Mah. Cumhuriyet Cad. Özel İdare Dairesi
34	Trabzon Mağazası	Şub.94	570	Hızırbey Mah. Maraş Cad. No:244
35	Aksaray Mağazası	Oca.94	445	Hacı Hasanlı Mahallesi Ulu Cami Altı
36	Balıkesir Mağazası	Eyl.95	310	Eski Kuyumcular Mah. Abdül Gafur Efendi
37	İskenderun Mağazası	Oca.96	920	Çay Mah. Atatürk Bulvarı No: 38
38	Diyarbakır Mağazası	Şub.96	450	Dağkapı Mah. Selahattin Eyyubi Yer altı Çarşısı
39	Gaziantep Güllük Mağazası	07.01.1999	1.813	Fevzi Çakmak Bulvarı Sarı Güllük Mah. No: 25
40	Malatya Mağazası	29.01.1999	1.867	Koyunluoğlu Mah. İstasyon Virajı Altınkayısı Oteli Karşısı
41	Ordu Mağazası	20.11.1998	1.101	Yeni Mahalle Atatürk Bulvarı No:34
42	Rize Mağazası	22.12.1998	923	Gülbahar Mahallesi Cumhuriyet Cad. No:366
43	Karada Marina	28.05.1998	145	Neyzen Tefik Cad. No:5
44	Turgut Reis Mağazası	17.06.1999	1.260	Mehmet Hilmi Cad. Zeyyat Mandalıncı İlkokulu Karşısı
45	Akçay Mağazası	19.06.1999	1.403	Edremit Cad. Pazar Yeri Üzeri Atatürk Caddesi No:92
46	Didim Mağazası	15.06.1999	1.738	Efeler Mahallesi Atatürk Bulvarı No:154
47	Tarsus Mağazası	23.07.1999	1.099	Şehit İshak Mah. T.C.D.D. Gar Sahası
48	Kayseri	05.01.2000	1.567	Sivas Cad. Tuna Cad. Kavşağı Bünyan Garajı Yanı No:1
49	Acıbadem Mağazası	01.01.2000	1.893	İbrahimağa Mah. Sarayardı Caddesi, Sokullu Sok. No:3
50	Bandırma	11.02.2000	1.432	17 Eylül Mahallesi Atatürk Caddesi No: 267
51	Ümraniye	03.03.2000	1.317	Mithatpaşa Cad. Armağanevler Durağı No: 108

52	Bayrampaşa	14.03.2000	2.396	İsmet Paşa Caddesi Cezaevi Yolu Uluhan Sok. No:34
53	Zeytinburnu	01.04.2000	2.629	Prof. Muammer Aksoy Cad. No:1 Ohvyum Alışveriş Merk.
54	Fethiye Mağazası	09.06.2000	1.260	Atatürk Caddesi Belediye Hizmet Binası altı
55	Zonguldak 2 Mağazası	23.06.2000	1.767	Bahçelievler Mah. Milli Egemenlik Cad. Emniyet Müd. Karşısı
56	İzmit Yenikent	25.08.2000	1.957	Yenikent Mahallesi Karayalçın Caddesi Galaksi Alışveriş Mrk.
57	Yeşilköy Mağazası	01.07.2000	429	Çekmece Caddesi No:21
58	Diyarbakır Ofis	03.11.2000	16.37	İstasyon Caddesi Eğitim Fakültesi karşısı
59	Karadeniz Ereğli	22.12.2000	1.600	Kavaklık Değirmenyüzü Mevkii Yeşiltepe
60	İş Levent	23.01.2001	406	Büyükdere Cad. İş Kuleleri, No:22,23,24,25,26,27,28
61	Batıkent Ajanstürk	30.01.2001	2.358	İstanbul Yolu, 7 km.
62	Karabük Merkez	09.02.2001	2.188	Yeşil Mahallesi, Atatürk Bulvarı, Safranbolu Şosesi
63	Çanakkale	13.04.2001	1.540	İsmetpaşa Mahallesi, Hüseyin Avni Baksı Sok.
64	Gayrettepe	11.08.2001	875	Dikilitaş Mah., Ali Usta Bayırı, Göktürk Sok. No:41
65	Yüzüncüyıl ODC	28.09.2001	2.125	Yüzüncüyıl İşçi Blokları, 31.Cadde, No:9
66	Nişantaşı	11.12.2001	445	Teşvikiye Mahallesi, Şakayık Sok. No:38
67	Antalya	01.11.2001	990	Çağlayan Mahallesi, Lara Feneryolu Astur Sitesi
68	Anadoluhisarı	01.02.2002	2.100	Anadoluhisarı Mahallesi, Göksu Caddesi, No:1
69	Şanlıurfa	28.06.2002	1.670	Yenişehir Mahallesi, Hamidiye Çamlık Yanı
70	Ümitköy	13.09.2002	1.262	Eskişehir Yolu, 13.Km., 8. Cadde, Koç Petrol Arkası
71	Söğütözü	27.09.2002		Armada Alışveriş Merkezi, Eskişehir Yolu, No:6 B Blok
	TOPLAM		82.121	

382. Gima Mağazasının Örgütlenmesinin Temel Özellikleri

Yönetilen malların farklılığından, mağaza elemanlarının uzmanlaşmasından ve işletmenin tüm faaliyetlerinin eşgüdüm ve denetim ihtiyacından kaynaklanan sorunlara çözüm getirmeyi amaçlayan Gima örgütlenmesi büyük mağaza örgütlenmelerinin taşıdığı

iki temel özelliğe sahip bulunmaktadır. Bu özelliklerinden birincisi bölümlenimin mal temeline göre yapılmasıdır. Bölüm yöneticileri ile satış elemanlarının belirli mal türlerinde uzmanlaşmaları amacıyla, Gima mağazalarında mallar bölümlere ayrılarak satışa sunulmaktadır. Gima örgütlenmesinin ikinci temel özelliği ise, üst yöneticilerin gelecek için plan yapma ve günlük işleri yerine getiren yönetici ve iş görenleri yönetme ve denetleme konuları üzerinde artan ölçüde yoğunlaşmasıdır.

- Bölümlenme : Gima mağazalarında, yöneticilerin her biri mal türü ile yakın ilişkiyi korumakta güçlük çekmemeleri ve alım-satım faaliyetlerindeki zayıf noktaları belirlemek ve ortadan kaldırmakta yetersiz kalmamaları amacıyla, satışa sunulan malların her biri aşağı yukarı ayrı birim olarak faaliyet gösteren bölümlere ayrılmış bulunmaktadır. Bölümlenimin mal temeline göre yapılması ile mağazaların faaliyetlerine ilişkin bilgi daha anlamlı hale gelmiş ve her bölüm, o mal grubu üzerinde yoğunlaşan bir bölüm yöneticisinin sorumluluğuna verilmiştir.

Gima mağazalarında, bölüm sistemine gidilirken, satışa sunulan mallar, müşterilerin istedikleri herhangi bir malı hangi bölümün sattığını açıkça bilecekleri biçimde, iyi tanımlanmış ve ilgili gruplara bölünmüştür. Mağazaların büyüklüğü ve satışa sunulan malların farklılığı göz önünde tutularak, bölümlerin sayısı ve her bölüme ayrılan mal grupları gibi uygun bir denge kararlaştırılmıştır. Bölümlerin mağaza içindeki yerlerinin belirlenmesinde ise, müşterilerin satınalma alışkanlıkları, departmanın içerdiği mal türlerinin karmaşıklığı ve kullanışlı alanın büyüklüğü ve şekli dikkate alınmıştır. Muhasebe sorumluluğu merkezleştirilmiş olduğu için, bölümler, yalnızca bölüme giren ve çıkan malların kaydını yaptıkları birer zimmet defteri tutmakta ve faaliyet sonuçları analiz edilmektedir.

Gima mağazalarında genellikle yer alan bölümleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

Şarküteri, züccaciye, mutfak, kuruyemiş, gıda ve temizlik malzemeleri, müzik aletleri, hediyelik eşya, kırtasiye, oyuncak, halı-avize, mobilya, ev aletleri, parfümeri, kadın tuhafiyeye, aksesuar, erkek tuhafiyeye, çocuk, bebe, havlu-çarşaf, kadın konfeksiyon, saraciye şeklindedir.

Ayrıca, mağazalarda et, sebze- meyve ve baklava satışı yapan bölümler, kiralanmış bölümler olarak yer almaktadır.

Mağazaların, bodrum-zemin katlarında özel satış bölümleri bulunmamakta, bunun yerine toplam satışların yaklaşık %70'ini gerçekleştiren gıda bölümleri yer almaktadır.

Mağazalarda bölümlenmeye ilişkin olarak önemli sorunlar bulunmamakta, iki yada daha fazla bölüme uyan mallar kolaylıkla ilgili bölümlere yerleştirilmektedir. Ayrıca, belirli bir amaç için bir mal takımını bir araya getirmek isteyen müşterilerin, gereksiz zaman harcamalarını önlemek amacıyla, sezondan sezona deniz malzemeleri bölümleri kurularak ve gerektiğinde kaldırılarak, ilgili tüm mallar bu bölümde bir araya getirilmek suretiyle satışa sunulmaktadır.

383. Gima Mağazasının Satış İlkeleri

Çarşı, YKM, Petrol Ofisi, Burger King gibi ulusal zincirler ile yapılan çapraz tanıtımlar, “Alışverişinizin %10'u cebinizde” gibi tanıtımlar Gima müşterilerinin marjinal kazançlarını artırmıştır.

Gima'nın online alışveriş sitesi olan Sen-Al market . 06. Haziran 2001 tarihinde devreye girmiştir. 2001 yılı sonunda Türkiye'deki tüm online süpermarket siteleri içinde, gerek satış, gerekse hizmet alanı olarak birinci sıraya gelmiştir. Kapıda nakit ve kredi kartı ile ödeme uygulamasıyla, Türkiye'de bir ilk uygulamadır.

Ayrıca; Galaxy Card'a vade farksız iki taksitle ödeme ise Türkiye'nin online alışverişte ilk Gima ile tanıştığı bir uygulama olmuştur. 11 Aralık 2001 tarihinde ise Gima, alternatif satış kanallarına Alo Gima 444 1000'i eklemiştir. Alo Gima sayesinde ülkenin dört bir köşesinden tüketiciler telefonla Gima'dan alışveriş fırsatına, hem kapıda kredi kartıyla ödeme yapma imkanı, hem de Galaxy Card'a iki taksit imkanından faydalanarak kavuşmuşlardır.

2001 yılında sadakat kartı şemsiyesini genişleten Gima, müşterilerine Süper Card avantajlarının, Alo Gima, Sen-Al market ve Endi Mağazalarından da sunmuştur. Böylece

müşteriler, süper puanlarını hangi kanaldan toplarsa toplansın, dilediği kanalda harcama imkanına kavuşmuştur. Bu uygulamalarda Gima, 2001 yılında “Çok Kanallı Perakendeciliği” başlatmıştır.

06 Haziran 2001 tarihinde Sen-Al market . ‘yi uygulamaya başlatan Bilgi Teknolojileri Müdürlüğü, Gima’nın teknolojik altyapı yatırımlarından Web tabanlı işletim sistemleri 2001 yılı sonu itibariyle 64 mağazada kullanıma sunmuştur. İşletim sistemleri aracılığı ile müşteriler süper kazanç kampanyasının ve diğer kişiye özel kampanyaları takip edebilmekte, kredi kartı kullanarak bilet satın alabilmektedir.

2001 yılı ilk yarısında, bir önceki yıl başlatılan geniş alan ağı projesi tamamlanmış, bu proje ile tüm Gima mağaza ve depoları ile Genel Müdürlük binası yüksek hızlı kiralık devre kanalları ile bağlanmıştır. Ayrıca, bu yıl içerisinde mağazalarda kullanılan kasa yazılımlarında yapılan değişiklikler ile farklı tanıtımların yapılabilmesi sağlanmıştır. Böylece, yapılan tanıtımlar ile ilgili detaylı bilgiler, merkezi veri tabanında her satış fişi, detaylı bir biçimde takip edilebilmektedir.

384. Gima Mağazasının Örgütlenmesi ve Muhasebe Bölümünün Örgütlenmedeki Yeri

YÖNETİM KURULU

- | | | |
|---------------------|---|-------------------|
| 1. Tunç Mehmet ÇAPA | - | Başkan |
| 2. Hüsnü M. ÖZYEĞİN | - | Başkan Yardımcısı |
| 3. Nezih ÇEVİK | - | Murahhas Aza |
| 4. Bilgeç KURTULUŞ | - | Üye |
| 5. Afife ÖZEL | - | Üye |

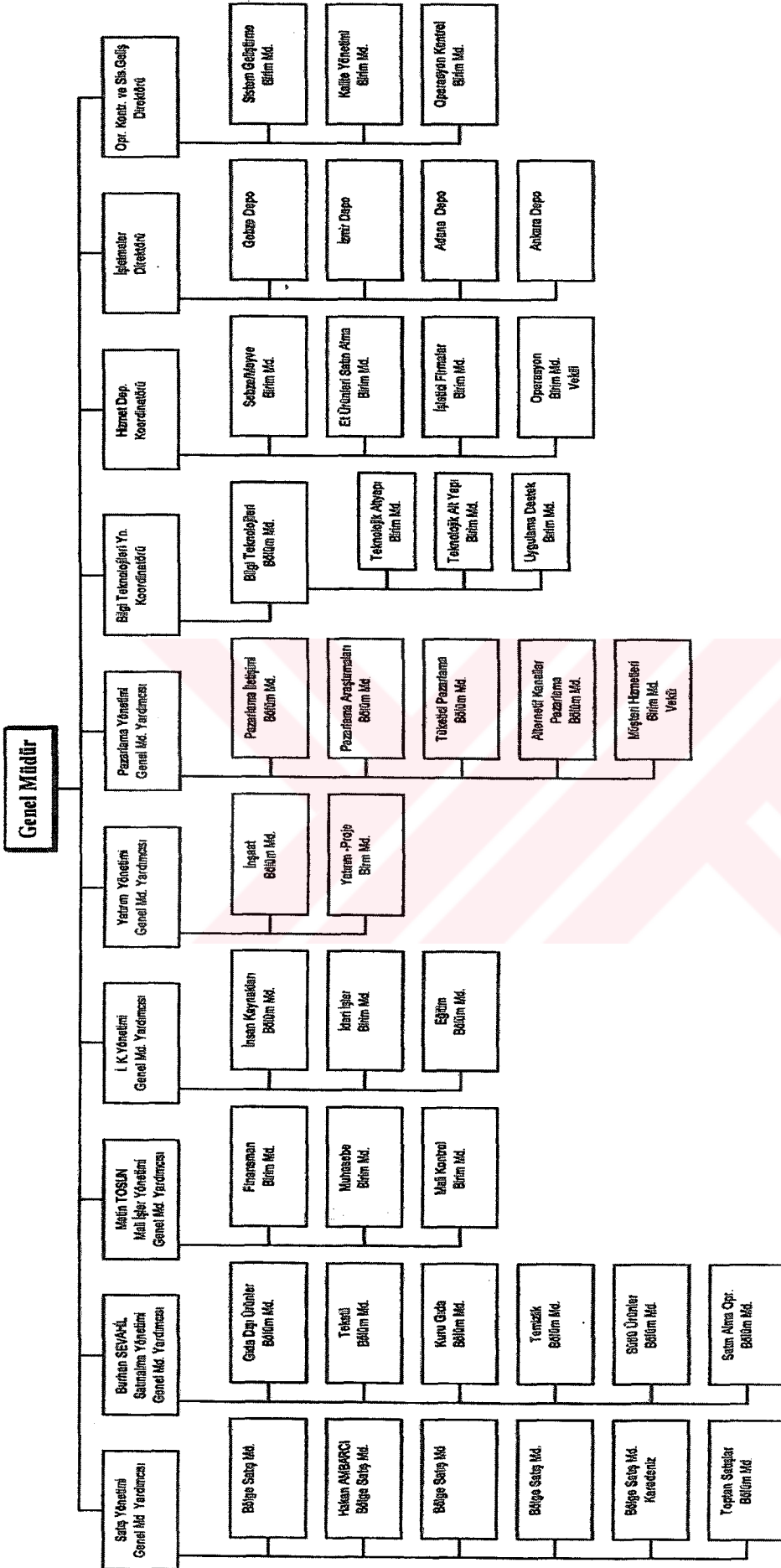
DENETİM KURULU

1. Olcayto ONUR
2. Mehmet GÜLEŞÇİ
3. Müfit YEŞİLDERE

GENEL MÜDÜRLÜK

Dengiz PINAR	-	Genel Müdür
Metin TOSUN	-	Genel Müdür Yrd. (Mali İşler)
Kadri AKBULUT	-	Genel Müdür Yrd. (İnsan Kaynakları)
Ali Serhan ŞAHİN	-	Genel Müdür Yrd. (Pazarlama)
B. Ali BAYRI	-	Genel Müdür Yrd. (Satış)
Burhan SEVAHİL	-	Genel Müdür Yrd. (Satınalma)
Abdullah AKYOL	-	Koordinatör (Hizmet Dep.)
Nasuhi SÖNMEZ	-	Koordinatör (Bilgi Teknolojileri)





Şekil : 10

Gıma Mağazasının Örgütlenme Şeması ve Muhasebe Bölümünün Örgütlenmedeki Yeri

Kaynak: GİMA İNSAN KAYNAKLARI MÜDÜRLÜĞÜ, 2002

385. Muhasebe Belgeleri ve Raporları

Gima mağazalarında, belge olarak, satış faturası, sevk irsaliyesi, gider pusulası, alım faturası, perakende satış fişi, kasa sayım tutanağı, tahsil fişi, tediye fişi, muhasebe fişi, kasiyer iptal formu vb. gibi muhasebe belgeleri kullanılmaktadır. Bu muhasebe belgeleri örneklerine ekler kısmında yer verilmiştir.

Ayrıca, dönem içinde gerçekleştirilen muhasebe kayıtları neticesinde, mizanlar çıkarılmaktadır. Ayrıca, stok tahlil raporları, satış raporları, karlılık raporları merkez tarafından hazırlanmaktadır. Kısaca, tüm muhasebe işlemleri Gima'nın Ümraniye'deki Genel Müdürlük muhasebe bölümü tarafından yapılmakta ve denetlenmektedir. Zincire bağlı mağazalarda ise büro elemanları tarafından, sadece ön muhasebe işlemleri gerçekleştirilmektedir.

Genel bilanço, gelir tablosu ve satışların maliyeti tablosu da merkez tarafından hazırlanmaktadır. Bütün bu rapor örneklerine de ekler kısmında yer verilmiştir.

3850. Gima Mağazasında Muhasebe İşlemleri

Gima'da muhasebe işlemleri, genel müdürlüğün yaptığı muhasebe işlemleri, mağazaların yaptığı muhasebe işlemleri ve depoların yaptığı muhasebe işlemleri olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Bütün muhasebe işlemlerini genel müdürlükteki muhasebe bölümü yapmaktadır. Zincir mağazalar ve depolarda ise ön muhasebe çalışmaları yapılmakta ve mağazalarla depoların yaptığı bütün işlemler modemler aracılığıyla bilgisayarlardan, genel müdürlükçe izlenmektedir. Ayrıca mağaza ve depolar, her ay gerçekleştirmiş olduğu işlemleri yazılı olarak da genel müdürlüğe göndermektedirler.

Mağazalar, örgütlenmede satış teşkilatı olarak geçmekte ve mağazalarda obase bilgisayar paket programı kullanılmaktadır. Kasa defterini mağazalar da tutmaktadır ve kasa defteriyle ilgili bütün işlemlerin sonuçlarını aylık olarak mağazalardaki büro elemanları tarafından raporlanıp her ay genel müdürlüğe yazılı ve onaylı şekilde sunulmaktadır. Genel müdürlük ise bunların neticesinde aylık, üç aylık ve yıllık çeşitli raporlar ve mali tablolar hazırlamaktadır. Ayrıca zincire bağlı mağazalar tarafından

bilgisayarda yapılan her kasa işlemi, genel müdürlük tarafından bilgisayar aracılığıyla izlenmektedir. Mağazalar, kasa giriş ve çıkış işlemleri için, tahsil ve tediye belgesi düzenlerler. Mahsup işlemlerini ve tahsil ve tediye makbuzlarının muhasebeleştirme işlemlerini ise, tamamıyla genel müdürlük muhasebe bölümü gerçekleştirir.

Ayrıca, mağazalar şube bilançosu hazırlamaktadırlar ve genel müdürlüğe raporlamaktadırlar. Genel müdürlük muhasebesi de bu bilançolar ışığında genel bilançolar hazırlamaktadır.

Mağazalar, borç-alacak dekontlarının her birini numaralayıp, her ay sonu genel müdürlüğe raporlanmaktadır. Ayrıca mağazalar tarafından muhasebe evraklarının envanteri her ay sonu yapılmakta ve kullanılmamış olanların seri numaraları ay sonlarında merkez muhasebeye rapor halinde bildirilmektedir. Ayrıca, mağazalar günlük olarak kasa sayımını kasa defteriyle karşılaştırıp, her ay, paraların dökümü çıkarılarak, evrak olarak genel müdürlüğe gönderilmektedir. Zincire bağlı mağazalar ile genel müdürlük'deki muhasebe bölümü, en fazla on beş günde bir, şubeler tarafından tutulan kasa defteri ile genel müdürlükteki muhasebe bölümü tarafından tutulan kasa defteri karşılaştırılmaktadır. Eksik ve ya fazlalık varsa, yanlışlar tespit edilip gerekli düzeltmeler yapılmaktadır. Ayrıca, zincire bağlı her bir mağaza, müşteriden alınan iadeler için, müşteri gider pusulası ve mağaza içerisinde yapılan, evrağı olmayan giderlere ise, masraf gider pusulası düzenlenmektedir.

Mağazalar her ay sonunda, depo iadelerini depoya göndermektedir. Depolardan mağazalara gönderilen irsaliyeli mallar, mağazalar tarafından teslim alınmakta ve mağazalar tarafından, eksik ve ya fazla mallar için borç ve ya alacak dekontu düzenlenmektedir.

Fatura ve irsaliye giriş ve çıkış işlemleri ve fatura irsaliye takibi, genel müdürlükte bulunan ve satınalma bölümüne bağlı olan, fatura kontrol birimi tarafından yapılmaktadır.

Depolarda ise, depo ile mağazalar arasında giriş ve çıkışları için borç dekontları ve alacak dekontları kesilmekte, mağaza siparişleri alınmakta ve iade işlemleri yapılmaktadır. Depolar, irsaliye kesip mağazalara göndermekte, mağazalar ise bunların kontrolünü yaparak, malların mağazaya giriş işlemlerini yapmaktadırlar. Ayrıca, mağazalar her ay sonunda depo iadelerini depoya göndermektedirler.

Genel müdürlükte ise muhasebe bölümü tarafından, mağaza ve depoların yapmış olduğu bu ön muhasebe işlemlerinden sonra mizanlar çıkarılmakta, maliyet raporları hazırlanmakta ve bütün zincir mağazaları kapsayan genel bilanço ve gelir tablosu hazırlanmaktadır. Ayrıca mahsup fişleri de yine burada muhasebeleştirilmektedir. İşlem muhasebesi, işletme muhasebesi ve yönetim muhasebesiyle ilgili çalışmalar genel müdürlükteki muhasebe bölümü tarafından gerçekleştirilmektedir.

Mağazada, çubukkodu okuyucusuyla kasada satışı yapılan mallar anında stoktan düşmektedir. Gima'da stoklar, mağazalarda devamlı envanter sistemi kullanılarak, dönem içinde dönüşümlü olarak sayılmaktadır.

Depolarda stoklar, ortalama elde etme maliyetine göre değerlendirilmektedir. Mağazalardaki stoklar ise, dönem içinde kar marjlı gösterilmekte, bilanço gününde ortalama kar marjı düşülerek, eldeki stok ortalama elde etme maliyeti ile değerlendirilmektedir.

Mali duran varlıklar ve maddi duran varlıklar elde etme maliyetleriyle değerlendirilmektedir. Yıl içinde edinilen veya kullanılmaya başlanan maddi duran varlıklar (binek otoları hariç) için amortisman, VUK'da öngörüldüğü üzere tüm yıl için ayrılmaktadır. Uygulanan amortisman yöntemi, normal amortisman yöntemidir. Uygulanan amortisman oranları aşağıdaki gibidir.

	<u>Oran (%)</u>
- Binalar ve Yer altı –Yerüstü Düzenleri	2
- Makine, Tesis ve Cihazlar	5-10-20
- Taşıt Araç ve Gereçleri	20
- Döşeme Demirbaşlar	5-10-20

Cari dönem içinde gerçekleştirilen yatırımlarla birebir ilişkilendirilen kredilerin faiz ve kur farkları ilgili projelerin maliyetine yüklenmektedir.

Maddi olmayan duran varlıklar, elde etme maliyeti ile kayıtlara yansıtılmış olup, özel maliyet bedelleri, kira süresine göre eşit yüzdelerle itfa edilmektedir.

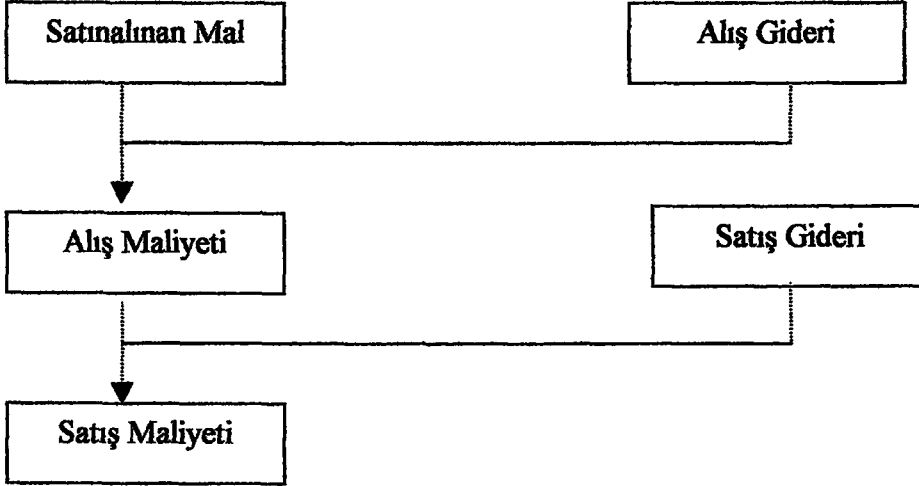
Cari dönem içinde, yabancı paralı işlemler, işlem tarihinde geçerli kurlar esas alınarak Türk Lirası'na çevirmektedir. Cari dönemsonu itibariyle, yabancı para varlıkların Türk Lirası'na çevrilmesinde yıl sonu T.C. Merkez Bankası döviz alış kuru, yabancı para borçlarının Türk Lirası'na çevrilmesinde bu tarihteki T.C. Merkez Bankası döviz satış kuru esas alınmaktadır. Oluşan kur farkı gelir ve giderleri ilgili hesaplara yansıtılmaktadır.

Dönem içinde, mali kiralama sözleşmelerine ilişkin yükümlülükleri mali tablolara yüklenmektedir. Kira taksitleri yıllık eşit taksitlerle ödenmektedir.

Gelir ve giderler tahakkuk esasına göre tanımlanmaktadır.

Her Gima şubesi, bilanço ve gelir tablosu gibi mali tabloları genel müdürlükçe kendilerine bu mali tabloları hazırlama görevi verildiği için hazırlar ve bu mali tablolarda merkez tarafından geliştirilerek üst yönetime sunulur. Ayrıca, Gima T.A.Ş. halka açık bir Anonim ortaklık olduğu için, genel bilanço ve gelir tabloları gibi mali tablolar İ.M.K.B'ye sunulur.

Zincire bağlı mağazaların stok analizleri, stok raporları, satış raporları, karlılık raporları, her ay merkez tarafından hazırlanmakta ve raporlanmaktadır. Bu rapor bilgileri ışığında, üst yönetim tarafından zincire bağlı her mağazanın aylık performansı değerlendirilmektedir. Karlılık, verimlilik ve performansları değerlendirilerek, bu açılardan başarısız olan mağazaların faaliyetlerine son verilmekte ve başarısız görülen mağazalar kapatılmaktadır.



Şekil : 11
Ticari İşletme İçin Maliyet

Kaynak: SÜR MEN, 1993, s. 26

3851. Devamlı Envanter Yönteminde Örnek Muhasebe Kayıtları

Gima'da muhasebe kayıtları devamlı envanter yöntemine göre yapılmaktadır.

Örnek 1: Gima, 20.01.2001 tarihinde, AK A.Ş.'den fatura ile birim fiyatı 100.000.000.-TL olan A malından 5 adet satın almış ve karşılığında 500.000.000.-TL + 90.000.000.-TL KDV'nin 290.000.000.-TL'sini ödemiş, geri kalan miktar ise kredilendirilmiştir.

Gima tarafından yapılan muhasebe kaydı:

_____ 20.01.2001 _____	
153. TİCARİ MALLAR HESABI	500.000.000.-
191. İNDİRİLECEK KDV HS.	90.000.000.-
100. KASA HS.	290.000.000.-
320. SATICILAR HS.	300.000.000.-
320.01. Ak. A.Ş. HS.	

Örnek 2: Gima, daha önce kredili olarak aldığı 1.000.000.000,- TL + 180.000.000.- TL KDV'li B malından bir adedini bozuk olması nedeniyle satıcı AK A.Ş'ne geri gönderilmiştir. (18.05.2001)

————— 18.05.2001 —————	
320. SATICILAR HS.	1.180.000.000.-
153. TİCARİ MALLAR HS.	1.000.000.000.-
391. HESAPLANAN KDV HS.	180.000.000.-
—————	

Örnek 3: Gima, maliyeti 80.000.000.- olan C malından 100.000.000.-TL + 18.000.000.- TL KDV'li olarak satmış bedelini peşin olarak tahsil etmiştir. (25.10.2001)

————— 25.10.2001 —————	
100 KASA HESABI	118.000.000.-
600 YURTİÇİ SATIŞLAR HS.	100.000.000.-
391 HESAPLANAN KDV HS.	18.000.000.-
—————	
25.10.2001	
621 SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ HS.	80.000.000.-
153 TİCARİ MALLAR HES.	80.000.000.-
—————	

Örnek 4: Gima, daha önce kredili olarak satılan 100.000.000.- TL + 18.000.000.-TL KDV'li D malı müşteri tarafından geri iade edilmiştir. D malının maliyeti 85.000.000.- TL 'dir.

————— 16.11.2001 —————	
610 SATIŞTAN İADELER HS.	100.000.000.-
191. İNDİRİLECEK KDV HS.	18.000.000.-
120 ALICILAR HS.	118.000.000.-
—————	

16.11.2001	
153. TİCARİ MALLAR HESABI	85.000.000.-
621 SATILAN TİC. MAL. MALİLİYET	85.000.000.-
HS.	

386. Gima Mağazasında Kullanılan Defterler ve Uygulanan Defter Sistemi

Gima T.A.Ş. bir anonim şirket olduğu için bilanço esasına göre defter tutmaktadır. Gima mağazalarında Alman Defter Sistemi'ne göre defter tutulmaktadır.(Şekil-12) Örneğin, kasa sayım tutanakları, zincir mağazalarda da tutulan günlük kasa defterleri gibi uygulamalar.Muhasebe kayıtları merkezde S.A.P. bilgisayar paket programı, şubelerde ise obase bilgisayar paket programı üzerinde yapılmaktadır.

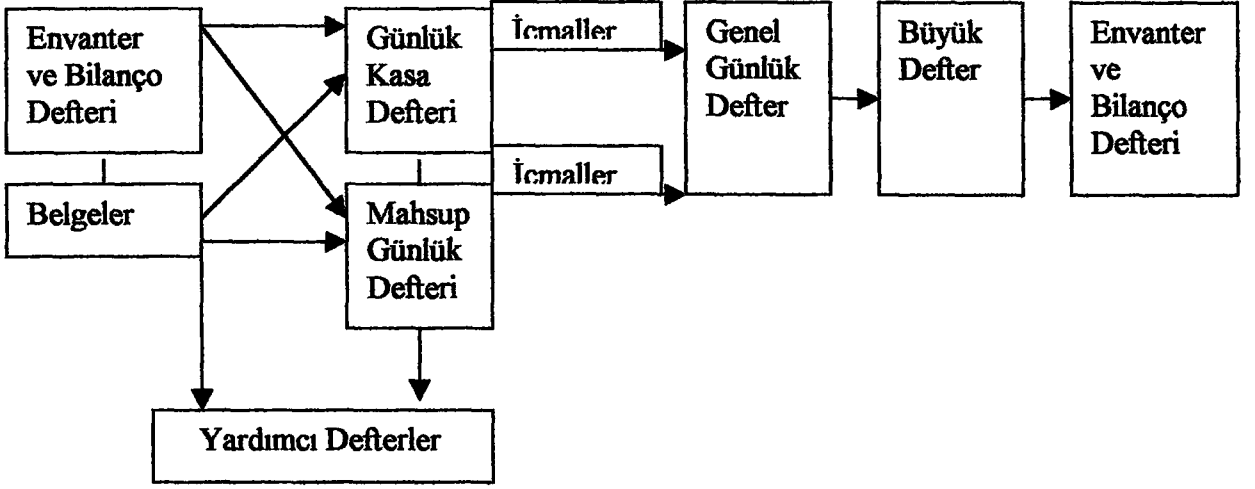
Gima mağazasında merkezde tutulan defterler, yevmiye defteri, defteri kebir (büyük defter), envanter ve bilanço defteri, karar defteri, pay defteri, demirbaş ve amortisman defteri gibi defterler tutulmaktadır. Şubelerde ise günlük kasa defteri tutulmaktadır.

Yevmiye defterine, gerçekleşen ticari işlemlerin tarih sırasıyla kaydı yapılır. Bu defterde mağazada gerçekleşen ticari işlemler, herhangi bir tasnife tabi tutulmadan tarih sırasına göre alt alta kaydedilirler.

Defteri kebir ise günlük defterin hesap gruplarına göre tasnif edilmiş bir şeklidir. Yevmiye defterine kaydedilen ticari işlemler, defteri kebire aktarılırken her işlem ilgili olduğu defteri kebir hesabına kaydedilir. Aynı cinsten olan işlemler gruplandırılır.

Envanter ve bilanço defterine ilk kayıt işe başlama tarihinde yapılır. Bu tarihte envanter ve bilanço defterine açılış envanteri ile açılış bilançosu kaydedilir. Her hesap dönemi sonunda çıkarılan envanter ile bilanço ve kar-zarar cetveli de bu deftere kaydedilir.

Şubelerde ise günlük kasa defteri tutulur. Bu deftere, mağazanın kasa ile ilgili işlemleri günü gününe yazılır. Ayrıca günlük kasa defteri merkezle en geç onbeş günde bir karşılaştırılır.



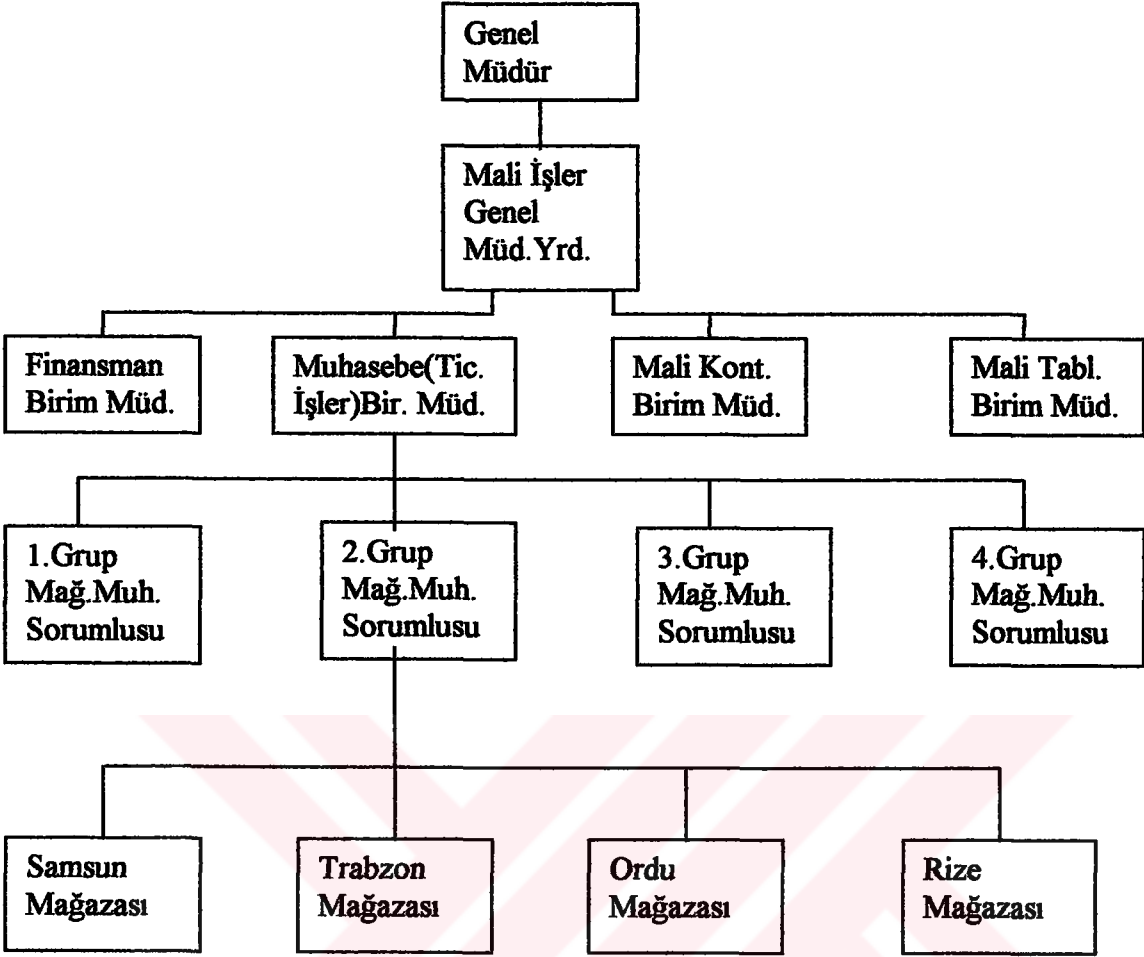
Şekil : 12

Alman Usulü Defter Tutmada İşlem Sırası

Kaynak : TÜREDİ, 1987, s.118

387.Gima Mağazasında Muhasebenin Personel Açısından Örgütlenmesi

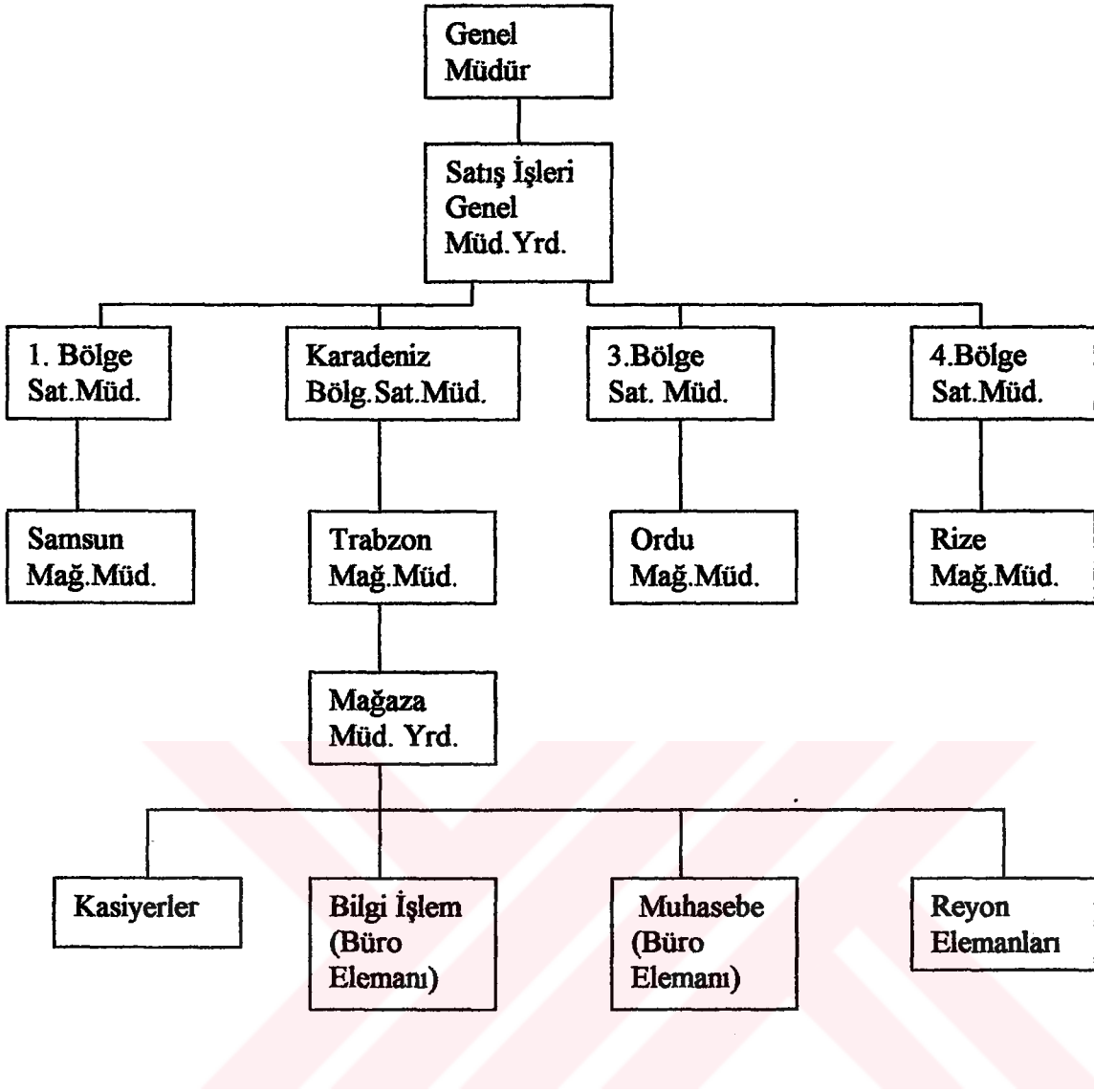
Gima mağazasının merkez muhasebe teşkilatı, Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı'nın sorumluluğundadır. Mali İşler Genel Müdür Yardımcısına bağlı olarak Finansman Bölümü Müdürü, Ticari İşlemler Bölümü Müdürü, Mali Kontrol Bölümü Müdürü ve Mali Tablolar Bölümü Müdürü ve bu müdürlere bağlı müdür yardımcısı elemanlar çalışmaktadırlar. Gima'nın merkez teşkilatı muhasebe örgütlenmesi ile mağazalar teşkilatı muhasebe örgütlenmesi aşağıdaki şekillerde gösterilmiştir.



Şekil : 13

Gima Merkez Teşkilatı Muhasebe Örgütlenmesi

Kaynak : GİMA İNSAN KAYNAKLARI BÖLÜMÜ, 2002



Şekil : 14

Gima Mağazalar Teşkilatı Örgütlenmesi

Kaynak : GİMA İNSAN KAYNAKLARI BÖLÜMÜ, 2002

Ticari İşlemler Bölümü Gima'da her gün gerçekleşen ticari faaliyetleri muhasebeleştirmekten sorumludur. Gima'ya bağlı tüm şube mağazalar üçer ve dörder mağaza şeklinde bu bölümde görev yapan muhasebe elemanlarının sorumluluğuna bırakılmıştır. Bu muhasebe elemanları, sadece kendilerine bağlı mağazaların günlük işlemlerini kaydetmekten, kasa defterine kayıt, yevmiye defterine kayıt, büyük defter ve muavin defterden sorumludur. Bu muhasebe elemanları kendilerine bağlı her bir mağazanın mal satışlarını, mal alımlarını ve buna karşılık olarak bu mağazaların

muhasebede borçlandırma ve alacaklandırma işlemlerini yapar. Üst yönetimden istenildiğinde kendilerine bağlı mağazalarla ilgili raporlamaları yaparlar.

Mali Kontrol Bölümü, Gima'daki muhasebeyle ilgili tüm raporlamaları yapmak ve üst yönetime sunmakla görevli elemanları çalıştığı bir bölümdür. Satış raporları, stok analiz raporları ve karlılık raporları, şube mağazaların verimliliklerinin karşılaştırılması ile ilgili raporları bu bölüme bağlı elemanlar hazırlar. Bu rapor örneklerine ekler kısmında yer verilmiştir.

Mali Tablolar Bölümü'nde görev yapan elemanlar, Gima'daki tüm mağazaları kapsayan genel bilanço ve genel gelir tablosunu hazırlarlar. Ayrıca bu bölüm, mağazaların her ay faaliyetlerini denetlemek için mağazalardan bilanço ve gelir tablolarını hazırlamasını ister. Bunları hem bilgisayar hem de yazılı bir rapor halinde mağaza müdürleri tarafından onaylı bir şekilde ister. Bu bölüme bağlı elemanlar, dönem sonlarında İ.M.K.B.'ye sunulmak üzere genel bilanço ve genel gelir tablosu hazırlarlar. Gima'nın bilanço ve gelir tablosuna ekler kısmında yer verilmiştir.

Finansman bölümü, Gima'da kaynak sağlama, şirketle ilgili para giriş ve çıkışlarından sorumlu olan bölümdür. Mali İşler Müdür Yardımcısı'na bağlı müdür ve elemanların görev yaptığı bir bölümdür.

Şube mağazalardaki muhasebeden sorumlu büro elemanı ise günlük kasa defterinin tutulmasından ve mağazayla ilgili işlemleri ön muhasebeleştirmekten sorumludur. En fazla onbeş günde bir kendi tuttuğu kasa defteri ile merkez muhasebede tutulan kasa defterinin karşılaştırmalarını yapmaktan ve merkez muhasebe tarafından istenilen mağaza mizan, bilanço ve gelir tablolarını hazırlamaktan sorumludur.

388. Gima Mağazasının Tekdüzen Hesap Planı Örneği

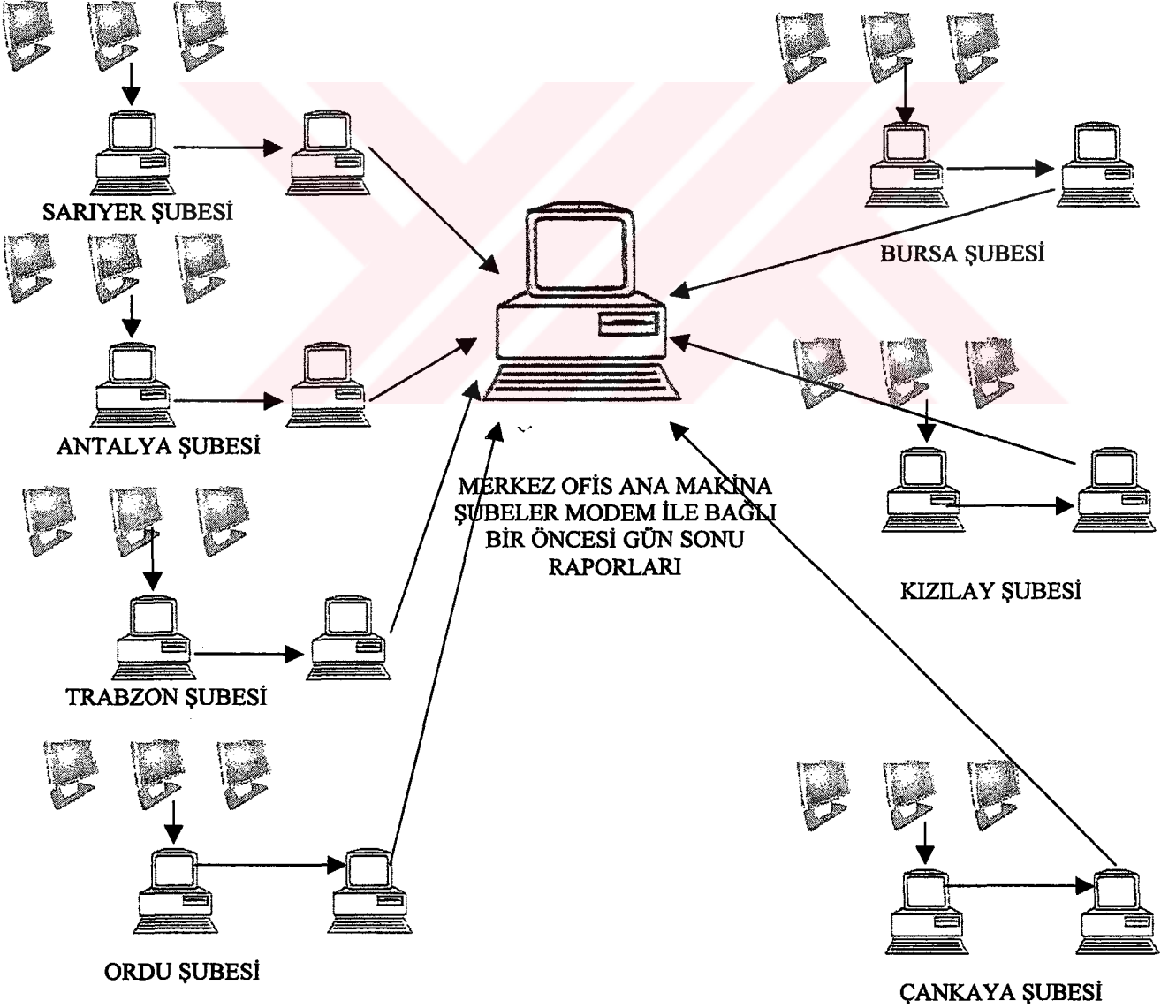
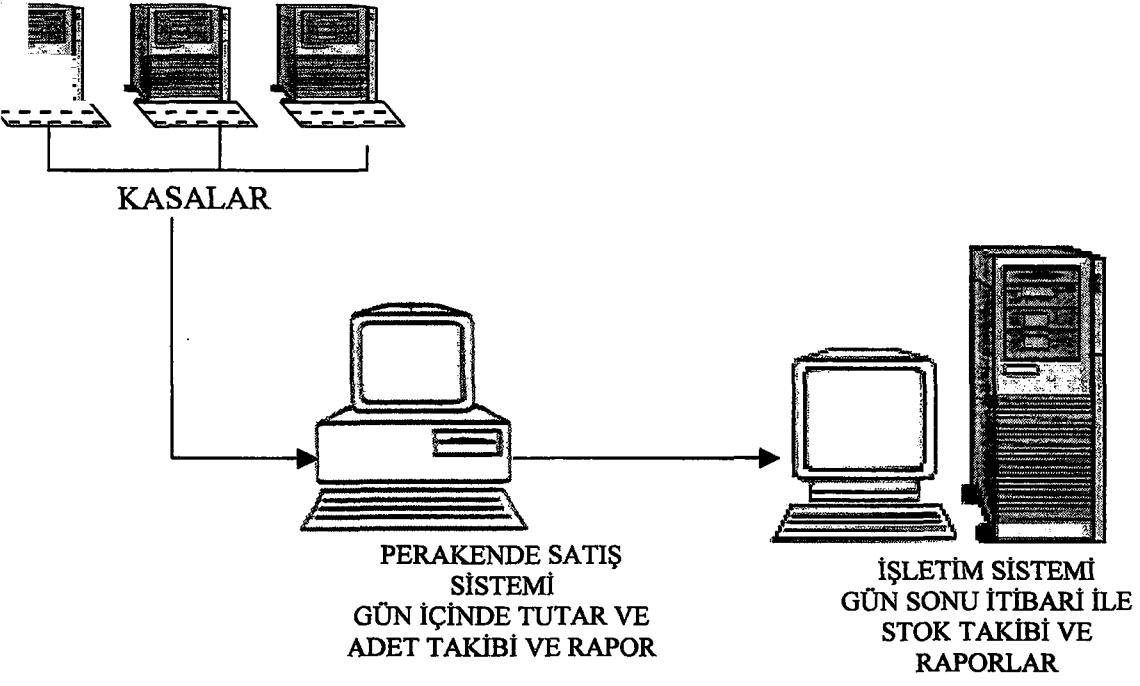
Gima Mağazalarının Tekdüzen Hesap Planı'na ekler kısmında yer verilmiştir.

389.Gima Mağazasında Bilgisayar Örgütlenmesi

Gima mağazalarında bilgisayar örgütlenmesi, mağaza içi modem ile merkez bağlantısı şeklinde örgütlenmiştir. Satışlar, her bir mağazanın ambar ve bölümlerinden yapılmaktadır. Her satış noktasındaki kasalardan yapılan satışlar, mağazanın ana sistemine entegre olmaktadır.

Gima'nın bilgisayar örgütlenmesi şu şekildedir: Her mağaza, merkeze modem ile bağlıdır. Mağazalardaki bütün hareketler, gün sonu ana makina ve modem aracılığı ile merkez ana makinasına aktarılır. Merkezde, bütün hareketler bir sonraki gün, önceki gün sonu hareketleri bazında izlenmektedir. Gima mağazalarında, Alman bilgisayar paket programı olan S.A.P. bilgisayar programı kullanılmaktadır. Ayrıca, bütün mağazaların merkezle bağlantıları Şekil-15'de gösterilmiştir.





Şekil :15
Gima'da Mağaza Bazında Bilgisayar Örgütlenmesi

390. Gima Mağazasının Envanter Uygulamaları

Mağazalarda devamlı envanter sistemi kullanılarak dönem içinde dönüşümlü olarak sayılmaktadır.

Gima'da, mağazalarda üç ayda bir sayım işlemleri yapılıyor. Mağazaların sayımını üç ayda bir bağımsız denetim şirketleri yapmakta ve sayım neticelerini tutanakla tespit edip, raporlamaktadırlar.

Gima'nın depolarındaki sayım işlemleri ise, her ay depo elemanları tarafından yapılmaktadır. ve depolar elde edilen bu sayım neticelerini, her ay genel müdürlüğe yazılı olarak rapor halinde sunmaktadırlar.

Depolarda stoklar, ortalama elde etme maliyetine göre değerlendirilmektedir. Mağazalardaki stoklar ise dönem içinde kar marjlı gösterilmekte, bilanço gününde ortalama kar marjı düşülerek, eldeki stok, ortalama elde etme maliyeti ile değerlendirilmektedir.

Devamlı envanter yöntemi, her zaman mevcut malların miktarın ve maliyetin, ayrıca satışların tutarını ve maliyetini gösterecek şekilde, kayıt esasına dayalı bir sistemdir. Mevcut malın miktarının ve maliyetinin bilinmesi dönemsonu sayımına bağlı değildir. 153. Ticari Mallar Hesabı'nın borç kalanı işletmenin elindeki mevcut malların (stokların) maliyetini verir.

Mevcut malların maliyetinin her an bilinmesini sağlayacak kayıt sistematığı alışla ilgili tüm unsurların tek bir hesapta tutulmasını gerektirir. Dönembaşı mal mevcudu, dönemiçi alışlar, alış giderleri, 153. Ticari Mallar Hesabı'nın borcuna, alış giderleri ve alış iskontoları yine 153. Ticari Mallar Hesabı'nın alacağına kaydedilir. Girişler maliyetle, çıkışlar yine maliyetle yapıldığından 153. Ticari Mallar Hesabı mevcudu gösterir.

Satışı yapılan ve Ticari Mallar Hesabı'ndan maliyetle çıkışı yapılan mal, 621 Satılan Ticari Mallar Hesabı'nın borcuna kaydedilir. Bu devir kaydıyla, satılan malların maliyetinin ayrıca izlenmeleri sağlanır. Aralıklı envanter yönteminde, dönem sonunda

sayım yapıldıktan sonra hesaplanarak kayıtlanan maliyet devir kaydı, devamlı envanter yönteminde her malın birim maliyeti izlenebilir durumda olduğundan, her satış işleminde yapılır. Satışlar, 600. Yurtiçi Satışlar Hesabı'nın alacağına satış fiyatı üzerinden kayıtlanır.



4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, zincir mağazalarda muhasebe örgütlenmesi ve Gima mağazası uygulamasında şu sonuç ve önerilere varılmıştır:

40. Sonuçlar

1. Zincir mağazalarda, bölüm bazında bir mağaza örgütlenmesi olduğundan, her şube ve bölümün ayrı ayrı maliyetlerinin ve verimliliklerinin tespit edilmesi işlemleri yapılmaktadır. Bu çalışmaların neticesinde, başarılı ve başarısız yönetilen şube ve bölümlerin tespit edildikten sonra, başarısız örgütlenmelerin faaliyetlerinin sona erdirilmesi ve başarılı örgütlenmelerin ise teşvik edilmesi söz konusudur. Bundan dolayı, zincir mağazaların bu ve buna benzer faaliyetlerini başarılı ve hızlı bir şekilde yerine getirebilmeleri için, bilgisayar destekli muhasebe örgütlenmesi şarttır.

2. VUK' na göre zincir mağazalarda mal envanterinin üç yılda bir çıkarılabileceği belirtilmiştir. Envanterin yapılmadığı yıllarda ise envanter işlemlerinin stok ve ambar kayıtlarından yararlanılarak yapılacağı belirtilmiştir.

3. Zincir mağazalarda, en çok uygulama gören hesaplar; nakit, stok, alacak, satışlar ve satışların maliyeti hesaplarıdır. Zincir mağazalarda, merkez ile şubelerin kasaları yardımcı hesaplar bazında ayrı ayrı izlenmektedir.

4. Çağımız tüketicisi bilinçli bir tüketicidir ve yapacağı alışverişlerde hızlı ve iyi hizmet sunan mağazaları tercih etmektedir. Bunun mağazalar tarafından gerçekleştirilebilmesi için bir takım sistemlere ihtiyaç vardır. Bu sistem, 'Satış Noktası İşletim Sistemi'dir. Satış noktası işletim sistemleri sayesinde, zincir mağazalar daha hızlı ve daha verimli hizmet yapabilmekte, bu sistem sayesinde her an kasaların, stokların ve cironun takibi yapılabilmekte ve fiyat değişimlerinin hemen uygulanabilmesi olanağı bulunmaktadır.

5. Ticaret hayatında, her bir zincir mağazanın başarılı olabilmesi için bazı şartları yerine getirmesi gereklidir. Bunlar; kesintisiz satış, doğru stok ve envanter takibi, hatasız muhasebeleştirme, merkezle şubeler arasında doğru ve hızlı bir bilgi akışı gibi koşullardır. Mağazalarda bilgisayar destekli muhasebe örgütlenmesi ile, tüm bu koşullar eksiksiz bir şekilde, başarıyla yerine getirilebilmektedir. İyi bir mağaza ve muhasebe örgütlenmesi ile, sürekli satışların yapıldığı an da bile stok kontrolü yapılabilmektedir ve bu sayede fireler en aza indirilebilmektedir. Böylece, yönetsel kararlar için de iyi bir altyapı oluşturulmuş olmakta ve karar alma süreci hızlandırılarak, yönetimin mali hareketleri izlemesi ve etkin kararları daha hızlı alması sağlanmış olmaktadır.

6. Türkiye’de enflasyonun yüksek olması ve her ürünün fiyatının kısa zaman aralıklarıyla değiştiği için, zincir mağazalarda fiyatlandırma ve etiketleme çok önemlidir. Fiyat değişikliklerinde, kısımlardaki malların etiketleri hemen değiştirilmeli, tüketicilerin gerçek fiyatlar üzerinden fiyat karşılaştırmaları yapmalarına olanak sağlanmalıdır. Ayrıca, bu sistemin çubukkodsuz bir ortamda kurulup uygulanması çok zordur. Dolayısıyla, çubukkodu büyük mağazalarda, özellikle zincir mağazalarda, fiyat değişimlerine ayak uydurabilmek için çok önemli bir gereklilik olmuştur.

7. Devamlı envanter yöntemi, çubukkodu ile satış yapan zincir mağazalarda rahatlıkla uygulanmaktadır. Bu mağazaların düşük kar marjıyla çalışmasından dolayı, satış maliyetleri çok önemlidir. Çubukkodu, devamlı envanter yöntemiyle stok takibini sağlamaktadır. Ayrıca, zincir mağazalarda stokların takibinin iyi ve düzenli bir şekilde yapılabilmesi ve doğru olarak raporlanabilmesi için iyi bir belgeleme ve kayıt sistemine gerek vardır. İyi bir belgeleme ve kayıt sistemi ise devamlı envanter yönteminin uygulandığı sistemde gerçekleştirilir. Zincir mağazalarda devamlı envanter uygulaması doğru bir uygulama olarak gözükmektedir.

8. Satışların yoğun olduğu mağazalarda, satış noktası işletim sistemi, hızlı alışveriş ve stok yönetimini öne çıkarmakta ve zincir mağazalarda yoğun bir şekilde uygulanmaktadır. Satış noktası işletim sistemi sayesinde, stok hareketleri kontrol edilip, kritik stok seviyeleri kolay bir şekilde tespit edilmektedir. Satış noktası işletim sistemi sayesinde, satış analizleri ve çalışanların verimliliği tespit edilip, raporlanarak, üst yönetimin hızlı ve etkin kararlar alması sağlanarak, az sayıda çalışanla daha verimli bir çalışma ve satışın

gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır. Bütün bunlar, satış noktası işletim sistemini uygulayan mağazaların, rekabette olduğu ve satış noktası işletim sistemini uygulamayan mağazaların rekabette önüne geçmesini sağlamaktadır. Her mağazada, satış noktası işletim sisteminin uygulanmasının bir gereklilik olduğunu sağlayan en önemli araç çubukkodudur. Çubukkodu, zincir mağazalardaki bilgi akışını kolaylaştırırken, stok hareketlerinin kolayca izlenmesine olanak sağlar. Satış noktası işletim sistemi, aynı zamanda daha az elemanla daha çok iş yapma imkanı sağlar. Bu da, maliyetlerin düşmesine neden olur. Çubukkodu, satış anında herhangi bir aksaklık olduğunda, güvence niteliği taşıırken, aynı zamanda mamul hakkında bilgi vererek, tüketicilerin mamul hakkında bilgilendirilmesini sağlamaktadır.

9. Çubukkodu, muhasebede devamlı envanter yöntemi ile stokların, satılan malların maliyetinin ve satış hasılatının takibine olanak sağlamaktadır. Zincir mağazalarda, diğer bir önemli nokta da, stok kayıtlarının tüm şubelerden merkez muhasebeye aktarılmasıdır.

10. Zincir mağazalarda amaç, diğer işletmelerde de olduğu gibi yüksek kar elde etmektir. Bunu da iyi bir örgütlenme ile elde edebilirler. Mağaza ve işletme yönetiminde muhasebe, sadece mali sonuçları yansıtmakla kalmamaktadır. Üst yönetimin geleceğe ilişkin planlar yapıp, kararların almasında ve yatırım kararlarında, muhasebenin önemi çok büyüktür. Günlük işlerin fazla olması ve bunlarla ilgili hata sıklığının yüksek olması, yönetsel kararların hızlı ve doğru bir şekilde yerine getirilebilmesi için muhasebede bilgisayar kullanılması kaçınılmazdır. Bilgisayar, muhasebede çabukluk sağlamakta ve hata oranlarını en aza indirmektedir.

11. Zincir mağazaların temel faaliyet konuları mal alım ve satımına yöneliktir. Kullanılan ana stok hesabı ise, 153. Ticari Mallar Hesabı'dır. Bu mağazalarda satışlar ise 600. Yurtiçi Satışlar Hesabında takip edilir.

12. Teknolojik gelişmeler, moda ve tüketicilerin zevklerinin değişmesi, tüketicilerin mal ve hizmet taleplerindeki hızlı değişimler, işletmelerin değişen tüketici taleplerine uygun mal ve hizmet sunmalarını kaçınılmaz hale getirmektedir.

13. Zincir mağazalarda(Gima'da)üç ve ya dört şubenin, merkezde ayrı ayrı bir muhasebe elemanına bağlanması, yerinde bir çalışma biçimi olarak görülmektedir. Mağazaların aylara göre değişen verimliliklerinin, daha hızlı ve daha doğru bir şekilde tespitini kolaylaştırmaktadır.

14. Zincir mağazalarda, devamlı envanter yönteminin uygulanması her an maliyetlerin belirlenmesi açısından olumludur. Çünkü, zincir mağazalarda fiyatlama çok önemli bir konudur. Maliyetlerin düşmesi ve ya artması durumunda, karlı bir satış için, bu durumun mal fiyatlarına yansıtılması kaçınılmazdır.

15. Zincir mağazalarda çubuk kodu okuyucusuyla satışların yapılması işlemi, hem hataları önlemekte, hem de satılan mallar anında stoktan düşerek, kritik stok seviyelerinin anında tespit edilip, müşteri taleplerinin karşılanmasında devamlılık sağlanmış olur. Stok takibi ve planlamasının yapılmasında çubuk kodu önemli bir yarar sağlar.

16. Zincir mağazalarda şubelerin birer satış teşkilatı olup, bilanço ve gelir tablosu hazırlama zorunluluğu olmadığı için, şubelerin bilançoları ve gelir tabloları, merkez muhasebe tarafından birleştirilerek, bir genel bilanço ve genel gelir tablosu hazırlanmaktadır.

17. Zincir mağaza müdürlerinin yetkileri merkezileştirmeden dolayı oldukça sınırlıdır.

18. Zincir mağazalarda satışlar sadece yurtiçinde gerçekleştiği için 600.Yurtiçi Satışlar Hesabı kullanılmakta, Şube Kasa Hesapları ise TL Kasası olmaktadır. Maliyetler ise 621. Satılan Ticari Malın Maliyeti Hesabında izlenmektedir.

19. Şubelerin borçlandırılıp alacaklandırılmasında, 393.Merkez ve Şubeler Cari Hesabı kullanılmaktadır.

20. Kasa sayım fazlası ve ya Noksanı Hesabı, zincir mağazalarda önemlilik arzetymekte ve kasiyerlerin her mesai bitiminde kasa sayım tutanağı imzalayarak, kasa mevcudunu bildirmesi ve kasa sayım eksiğinin ve ya fazlasının kimden ve nereden kaynaklandığının tespitinde önemli bir rol oynamaktadır.

21. Zincir mağazalarda raflardaki malların sayımı, elle uzaktan optik okuyucularla yapılmaktadır.

22. Zincir mağazalarda faaliyet sonuçlarının, ticari sonuçların ve mali sonuçların mağazalar arasında bir kıyaslama ölçütü olması, mağazaların zayıf ve güçlü yanlarını ortaya çıkarmakta, yönetimin bu zayıf noktaları düzeltmek için önlemler almasını sağlamaktadır.

23. Zincir mağazalarda, maliyet hesaplarında 7/A seçeneği uygulanmakta, muhasebede, 740.HİZMET ÜRETİM MALİYETİ HESABI, 760.PAZARLAMA SATIŞ VE DAĞITIM GİDERLERİ HESABI , 770.GENEL YÖNETİM GİDERLERİ HESABI ve 780.FİNANSMAN GİDERLERİ HESABI sıklıkla kullanılmaktadır.

24. Gima'da, karlı bir çalışma için tüm mağaza faaliyetlerinin eşgüdümüne önem verilmektedir. Eşgüdümün tek kişinin sorumlu olması çekici bulunmaktadır. Ayrıca, önderliğe önem verilmekte ve üst yöneticiler önderlik niteliklerine sahip bulunmaktadır.

25. Gima'da, merkezleşme uygulaması bütünüyle uygulanmaktadır. Örgütlenme planında eşit yönetim ağırlıklı mağaza yaklaşımı benimsenmektedir. Zincir mağaza örgütlenme ilkeleri başarıyla uygulanmaktadır.

26. Gima'da, satış işlevi dışındaki temel işletme sorumlulukları, Genel Müdürlük'de merkezleştirilmiştir. Şubeler bir satış teşkilatıdır. Ayrıca, satınalma ve satma sorumlulukları ayrılmış bulunmakta ve mağazalar eşit örgütlenme statüsündeki birimler halinde faaliyet göstermektedir.

27. Gima'da, insan kaynaklar bölümü temel bir bölüm olarak faaliyet göstermektedir.

28. Gima'da, mağazaların büyüklükleri kuruluş yerlerine ve satış potansiyeline göre değişiklik göstermektedir.

29. Gima'da, muhasebe bölümü, Ticari İşlemler Bölümü, Mali Kontrol Bölümü, Mali Tablolar Bölümü ve Finansman Bölümü olmak üzere dört temel bölüme ayrılmaktadır.

Ticari işlemler bölümü tüm işlem ve maliyet muhasebesi işlemlerinden sorumlu ve 3-4 mağazanın muhasebe sorumluluğu verilmiş olan muhasebe elemanlarından oluşmaktadır. Mali kontrol bölümü ise, üst yönetim için muhasebe sonuçlarıyla ilgili raporlar hazırlamaktan sorumlu muhasebe elemanlarının oluşturduğu bir bölümdür. Mali tablolar bölümü ise, tüm şubelerin yapmış olduğu ticari işlemleri kapsayan genel bilanço ve gelir tablosu gibi mali tabloları hazırlayan muhasebe elemanlarının oluşturduğu bir bölümdür. Finansman bölümü ise mali kaynak sağlama işlemlerinin gerçekleştirildiği bir bölümdür.

30. Gima'da, defterler Alman Muhasebe Sistemine göre tutulmaktadır. Muhasebede, Alman bilgisayar programı olan, S.A.P. bilgisayar paket programı kullanılmaktadır. Muhasebeleştirme işleminde ayrıca icmallerden faydalanılmaktadır.

31. Gima'da, tüm şubelerde ön muhasebe işlemi yapılmakta ve şubelerde de günlük kasa defteri tutulmakta ve en fazla onbeş günde bir merkezde tutulan günlük kasa defteriyle karşılaştırması yapılmakta ve varsa hatalar giderilmektedir.

32. Gima'da, muhasebede işlem ve işletme muhasebesi işlemleri bütünleştirilmiştir. Muhasebe örgütlenmesinde işletme muhasebesi diye ayrı bir bölüm yoktur. Yönetim muhasebesi raporlamasını da, Mali Kontrol Bölümü yapmaktadır.

33. Zincir mağazalarda devamlı envanter yönteminin kullanılması uygun ve yerinde bir işlemdir. Çünkü çubukkoduyla satış uygulamasının yapılmasıyla, satılan mallar anında stoktan düşmekte ve maliyetlerin her an hesaplanabilir durumda olması gerekmektedir. Devamlı envanter yönteminde bunların yapılması mümkün olabilmekte ve yönetimce daha hızlı kararlar alınabilmektedir.

34. Perakendecilik, son yıllarda en hızlı gelişen sektör konumundadır. Sektörün büyümesiyle, sektörde büyük bir rekabet yaşanmaktadır. Rekabet, sadece yerli şirketlerle değil, aynı zamanda perakendecilik alanında önemli bir birikime ve tecrübeye sahip uluslar arası şirketlerle de rekabet edilecek olması, bu alanda çalışan şirketlerin daha etkin ve daha verimli çalışmalarını zorunlu hale getirmektedir. İşletmelerin sürekliliğinin sağlanmasında, karlı ve etkin satışların büyük bir önemi vardır. Mal ve hizmet sunumunda yetersiz kalan işletmelerin yaşama ve varlığını devam ettirme şansı bulunmamaktadır. Bu nedenle,

günümüz rekabet ortamında, işletmelerin başarılı olabilmeleri için tüketici odaklı çalışmaları gerekmektedir. Zincir mağazalar da, tüketici odaklı çalışmaktadır.

35. Perakendecilik insan odaklı bir sektör olduğundan, zincir mağazalarda çalışacak elemanların seçimi, eğitimi ve geliştirilmesi, sektörde başarı için gerekli temel şartlar arasındadır. İyi bir örgütlenme esastır. Bundan dolayı sektörde uzun vadeli kalmak ve büyümek için, zincir mağazacılık alanında faaliyet gösteren şirketlerin, yatırım yapmaları gereken en önemli alan insan kaynakları alanıdır. Şirket stratejileri oluşturulurken, stratejilerin en önemlisi insan kaynakları ve eğitimidir. Teknolojik yenilikler ve mali kaynakların etkin ve verimli kullanılması, ancak iyi eğitilmiş ve işinin ehli olan personelle gerçekleştirilebilir. Zincir mağazalarda eğitim faaliyetlerine önem verilmekte ve uygulanmaktadır.

36. Zincir biçiminde örgütlenmenin şirketlere sağladığı yararlar dolayısıyla, perakendecilik sektöründe zincir biçiminde örgütlenme yaygındır. Zincire bağlı mağazalar büyük ölçüde merkeze bağlı çalışmaktadır. Sektörde başarı, zincire bağlı mağazaların iyi yönetilmesiyle elde edilmektedir. Mağaza müdürleri, mağazanın yönetimi ve verimliliğinden birinci derecede sorumlu kişi olarak kritik bir görev yapmaktadırlar. Mağaza müdürü, genel merkez ile ilişkileri sürdürebilme yanında, bağımsız bir iş birimini yönetebilme yeterliliklerine de sahip olmalıdır. Mağaza müdürünün sektördeki kritik rolü dolayısıyla, yetiştirilmesi ve geliştirilmesi büyük öneme sahiptir. Sektörde faaliyet gösteren şirketler kurumsallaştıkça, mağaza müdürlerinin eğitim ve geliştirilmesi çabalarında artış görülmektedir. Mağaza müdürlüğü gibi önemli bir pozisyona gelecek kişilerin, sistemli bir biçimde göreve hazırlanması, zincir mağazalar için bir zorunluluk haline gelmiştir.

37. Zincir biçiminde örgütlenme bazı avantajlar sağlarken, bazen de kısıtlayıcı olmaktadır. Özellikle, bölgesel farklılıklar dolayısıyla, merkezin strateji ve politikaları ile zincire bağlı mağazanın strateji ve politikalarını uyumlaştırmak zorlaşmaktadır.

38. Müşterilerin talep yapılarının bilinmesi, işletmenin stok , finansman, pazarlama, satınalma, reklam ve yatırım gibi politikalarının etkin bir şekilde belirlenmesine ışık tutarak, işletmenin amaçlarına ulaşmasına büyük bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

39. Elektronik ticaretin günlük yaşama girdiği günümüzde, işletmelerin başarılı olmalarında en önemli öge müşterilerdir. Müşterilerin zevk ve tercihlerini dikkate alan ve ona göre mal ve hizmet sunan işletmeler, rakip işletmelere göre üstünlük sağlayabilmektedirler. Müşterilerin taleplerinin nedenleri ve özelliklerinin bilinmesi, işletmelerin daha etkin finansman, stok ve pazarlama politikalarını uygulamalarına büyük katkı sağlamaktadır. Zincir mağazalar, bir yandan mevcut müşteri kitlelerinin zevk ve tercihlerine yönelik politikaları oluştururken, bir yandan da yeni hedef müşteri kitlelerini belirleyecek politikalar oluşturması, mevcut pazar payının korunması ve yeni satış imkanlarının sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır.

40. Müşterilerin çoğunluğunu lise ve üniversite mezunu olduğu belirlenmiş ve insanların sahip olduğu eğitim düzeyleri yükseldikçe, daha seçici olabilmekte, mal ve hizmet kalitesinin iyileştirilerek müşteri tatmininin artırılması, sevgi, saygı ve huzurlu bir alışveriş ortamının yaratılması büyük bir önem taşımaktadır. Bu da ancak iyi eğitilmiş personelle olabilir.

41. Müşterilerin, sanal bankacılık imkanlarından faydalanmaları için etkili stratejiler geliştirmek mümkündür. Buna bağlı olarak, kredili ve taksitli satış politikalarını yaygınlaştırılması, özellikle işçi ve memur kesiminin alışverişinde kolaylıklar sağlayacağı, bu durumda satışlara olumlu yansıtacağı düşünülmektedir.

42. Mağaza müşterilerinin tercihlerinde, çekiliş, reklam, pano gibi tanıtım faktörünün öncelikli tercih nedeni olduğu belirlenmiştir. Mağazanın imajı, mağazanın otoparkı olup olmaması, ışıklandırma ve havalandırma gibi kolaylıklar müşterilerin tercih nedeni olarak belirlenmiştir. Zincire bağlı mağazalar, şehir merkezinin dışında ise, belirli saatlerde servis araçlarının düzenli olarak konulmasının satışları olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

43. Zincir mağazalar, perakendeci işletme türüne girmekle birlikte, bazı farklılıklar göstermektedir. Öncelikle, birden fazla mağaza işletiyor olmak birinci koşuldur. Mağaza sayısının birden fazla olması, bu mağaza işletmelerinin zincir mağaza olmasını sağlamamaktadır. Bu mağazaların aynı zamanda merkezi yönetime bağlı yönetilmesi ve

aynı dağıtım sistemi içinde bütünleşmesi gerekmektedir. Bununla beraber, benzer malları satmak ve standart fiziksel görünüm gibi özellikler de gerekmektedir.

44. Ülkemizde son yıllarda, özellikle gıda ve giyimde zincir mağazalar hızla gelişmekte ve bunlar genelde son teknolojik yeniliklerle tüketicinin karşısına çıkmaktadır. Buna rağmen sermaye yetersizliği, nitelikli yönetici ve eleman bulmak, bu işletmelerin karşılaştıkları en yoğun problemlerdir.

41. Öneriler

1. Büyük mağazalarda muhasebe, temel fonksiyonları yerine getirebilmesi yanında, yeterli bir işlem muhasebesi ve yönetim muhasebesi sistemini kapsayacak bir yapıya sahip olmalıdır. Maliyet kontrolü, mal karışım politikaları, fiyatların belirlenmesi, işletme düzenlemesi ve bölümlere ilişkin kararlar verilebilmesi, büyük mağazalarda genel muhasebe yanında işletme muhasebesinin de gerekli olduğunu ortaya koymaktadır. İşletme muhasebesi diye ayrı bir bölümün olmaması ev bu bölümün görevlerinin ticari işlemler bölümünde işlem muhasebesi ile bütünleştirilip, tek bir bölüm tarafından yürütülmesi işleri zorlaştırmaktadır. İşletme bölümü olarak, ayrı bir bölümlenmeye gidilmesi durumunda, muhasebenin daha etkin ve verimli çalışmalarda bulunabileceği söz konusudur.

2. Zincir mağazalarda, bölümlerde stokları izlemek için uygulanan yöntemler pratikten uzaktır. Çünkü, her an kısımlardaki stoklar değişmekte, bu da mağaza içindeki stokların tespit edilmesini güçleştirmekte ve verimli bir çalışma yapılamamaktadır. Bu zorluktan dolayı, stokların takibi sadece dağıtım merkezi ambarları ile mağaza ambarlarında gerçekleştirilmelidir. Ayrıca, her satış noktasına verilen stokların, maliyet değerleri üzerinden izlenmesi de uygun olmalıdır. Bu mağazalarda uygulanan çubukkodu destekli satışlar, stok kayıtları ve satış takibini rahatlıkla gerçekleştirmeyi sağlamaktadır.

3. Zincir mağazalar, genel olarak nakit karşılığı perakende satış yapan mağazalardır. Ancak son yıllarda kredi kartı uygulamaları yaygınlaşmış olduğundan ve taksitli satışlar önemli bir yer tuttuğundan, nakit satışların 120.Alıcılar Hesabı ve kredi kartıyla yapılan satışların 127.Diğer Ticari Alacaklar Hesabı'nda izlenmesi uygundur.

4. Zincir mağazalarda her bir şubede stok takibi, oluşturulacak alt bilgi işletim sistemi ile depolar ve mağazalar itibariyle ayrı ayrı yapılmalıdır. Toplam stoklar, miktar ve tutarları itibariyle, zincir mağaza işletmesinin merkezinde her bir şubeye ait genel stok değerleri olarak izlenecektir.

5. Zincir mağazalarda, çubuk kodlu satış yapmak için öncelikle başarılı bir bilgisayar donanımı ve yazılımı olan bir bilgisayar örgütlenmesi ile, bu sistemin aksaksız bir şekilde işleyebilmesi için, mağazalar bünyesinde yetişmiş teknik eleman bulundurmak gereklidir.

6. Zincir mağazalarda, merkezleşme uygulamasının hem yararları hem de sakıncaları vardır. Bunlar, mağazaların verimliliklerinin hızlı ve doğru bir şekilde yapılması ve satınalma işlevinin, merkezdeki satınalma görevlileri tarafından topluca yapılması, toplu alımdan dolayı, mal satın alınan işletmeler tarafından yapılacak olan indirim tutarının daha fazla olması nedeniyle, satınalma maliyetleri düşük olacak, haliyle malın fiyatının daha ucuz bir şekilde tüketiciye yansıtılması sağlanacaktır. Bu uygulama ise, merkezleşme uygulamasına gitmeyen rakip işletmelerin rekabette bir adım önüne geçilmesini sağlayacaktır. Sakıncası ise, merkez tarafından zincire bağlı tüm şubelerde aynı mala aynı fiyatın uygulanması, değişik yörelerdeki satınalma gücü farklı tüketicilerin alımlarını etkileyeceğinden, müşterilerin satınalma gücünün düşük olduğu yörelerde, müşterilerin satınalma gücünün yüksek olduğu yörelere göre daha düşük fiyatla satış yapılması iyi bir sonuç verebilir. Ancak, bu durumda mağazaların verimlilik karşılaştırması ve mağazaların birbirleriyle haksız rekabetine yol açabileceği bir durum olabileceği için, iyi bir ayarlama yapılması gereken bir durumdur.

7. Bu ayarlama şu şekilde olmalıdır. Zincir mağazalarda şubeler birer satış teşkilatıdır ve tamamıyla merkezin politikalarının uygulandığı mağazalar şeklinde faaliyet göstermektedir. Ayrıca mağazaların mali tablolar hazırlama gibi bir yükümlülüğü yoktur. Çünkü A.Ş. değıllerdir. Halbuki her bir şubeye A.Ş. statüsü kazandırılıp, her bir şubenin kendi politikalarını kendilerinin belirleyeceği, kurulmuş oldukları yörenin ekonomik yapısına uygun politikalar üretmesi ve tüm bu politikaları belirlemelerinden dolayı da haksız rekabetin giderileceği, başarıdan da başarısızlıktan da doğrudan mağaza müdürlerinin sorumlu olmasının mağazaları verimlilik ve karlılığını arttıracığı düşüncesindeyim.

8. Son tüketicilere uygun tüketim mallarını, uygun fiyatla, uygun zamanda ve yerde sağlamayı amaçlayan zincir mağazalar, sadece geniş ölçekli mal alım-satım faaliyetlerinin olduğu bir ekonomide gelişebilir. Onun için zincir mağazaların kuruluş yerlerinin seçiminde önceden kapsamlı bir pazarlama ve tüketici araştırması gereklidir.

9. Zincir mağazaların yönetiminde, Toplam Kalite Yönetimi uygulanarak, örgütlenmede devamlı iyileştirmeler yapılmalıdır. Çünkü, teknolojik yenilikler ve tüketicilerin beklentilerinin devamlı artması ve hep en iyiyi araması, bu değişimi zorunlu kılmaktadır. Esnek bir örgütlenme yapısı bu açıdan önemlidir. Hantal ve değişimlere açık olmayan bir zincir mağaza örgütü, rekabetin yoğun olduğu bu sektörde, rakip şirketlerle rekabette geri kalıp, mağazaların kapanması sonucunu doğurabilmektedir.

10. Zincir mağazaların yönetiminde eşgüdümün sağlanması için, amaçları oluşturmak, gerçekleşen sonuçları değerlendirmek ve aksaklıkları tanımlamak amacıyla standartlar kurulmalı ve kullanılmalıdır.

11. Zincir mağazaların temel üstünlüklerinden birisi de, gerekli araştırma faaliyetlerini yürütmek için nitelikli eleman istihdam edebilmesidir. Ancak, yönetimin araştırma eğilimli olması gereklidir. Perakendecilik araştırması, ancak böyle etkin bir şekilde yürütülebilir.

12. Zincir mağazaları yönetecek kişilerin önder niteliklerine sahip kişiler olması ve elemanlarını olumlu yönde motive etmesi gerekmektedir. Çünkü, sektör insan odaklı bir sektördür ve işini seven ve işine daha iyi konsantre olan elemanların hata yapma oranı en aza inmiş olur.

13. Gima'da, ambarlarla şube depolarının farklı zamanlarda sayımı sayım hatalarına neden olabilir, Aynı zamanlarda sayımın yapılması mevcut durumu ortaya koymak açısından önemlidir.

14. Gima'da, merkezde her muhasebeciye mağazaların büyüklüklerine göre 3-5 mağazanın muhasebe işlemlerinin düşmesi yapılan hata oranlarını artırabilir. Muhasebeci başına düşen mağaza sayısı biraz azaltılabilir.

15. Araştırmada, müşterilerin %95'inin fiyatlara büyük önem verdiği ve fiyatların mal alımını etkilediği görülmektedir. Dolayısıyla , zincir mağazalarda müşteri taleplerinde fiyat unsuru etkili olmaktadır. Bu nedenle, satış fiyatlarının belirlenmesinde mevcut müşteri kitlesinin gelir düzeyinin daima göz önünde bulundurulmasında, işletmenin büyük yararları bulunmaktadır.

16. Günümüzde her alanda yoğun bir rekabetin yaşandığı bir ortamda, zincir mağazaların başarılı olabilmesi, tüketicilerin taleplerine uygun mal ve hizmet sunmalarına endeksli hale gelmiştir. Bu nedenle, çok dinamik bir işletmecilik türü olan zincire bağlı mağazaların sundukları ürün ve hizmetlerde ve tüm süreçlerde sürekli iyileştirmeyi yaymaları, müşteri ve işletme çalışanları arasında bilgi akışını ve iletişimi yoğunlaştırmaları, tüm çalışanların işletmelerin ortak amaç ve hedeflerine yönelik işbirliği içinde olmalarının teşvik edilmesi, başarı açısından gerekli hale gelmiştir.

17. Zincir mağaza işletmelerinde uygun mağaza sayısı ve yer seçimi önemle üzerinde durulması gereken noktalardır. Çünkü, mevcut zincire ilave edilecek her yeni mağaza, hem diğer işletmelerle, hem de zincirde yer alan mağazalarla rekabet halinde olacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

a. Kitaplar

AKDOĞAN, Nalan

SEVİLENGÜL, Orhan : Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğine Göre Tekdüzen Muhasebe Sistemi Uygulaması, ASMMOD Yayınları, Nr. 2, Ankara, 1993.

ALVER, Cemil : Muhasebe Sistemleri, Maliye Bakanlığı Gelirler Kontrolü, Ankara, 1982.

ALTUĞ, Osman : Maliyet Muhasebesi, II. Baskı, Evrim Yayınevi, İstanbul, 1996.

ARIKBAY, Canan : Türkiye'de Perakendeciliğin Gelişimi, MPM Yayınları, Ankara, 1996.

ATABEY, Ata

PARLAKKAYA, Raif : Ticaret ve Muhasebe Belgeleri, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2001.

ATAMAN, Ümit : Muhasebede Dönemsonu İşlemleri, İstanbul, 1992.

————— : Genel Muhasebe, Dönemiçi İşlemler, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1996.

AYDIN, Davut : Bilgisayarla Genel Muhasebe, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1989.

- AYDIN, Kenan** : Perakendecilik ve Departmanlı Mağaza Müşterilerinin Sosyoekonomik Özellikleri, Özgül Matbaası, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, 1992.
- AYDIN, Perihan** : Zincirleme Mağaza İşletmelerinde Bilgisayar Destekli Stok Muhasebesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1997.
- BİLGİNOĞLU, Fahir** : Bilgi Sistemlerinden, Muhasebe Kayıtlarından Yararlanma İmkanları ve İktisadilik Analizleri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, 1988.
- BÜYÜKMİRZA, Kamil** : Maliyet ve Yönetim Muhasebesi, Geliştirilmiş 4. Baskı, Ankara, 1995.
- CEMALCILAR, İlhan** : Pazarlama Kavramlar Kararlar, İstanbul, 1999.
- CEMALCILAR, Özgül** : Muhasebe'nin Kuramsal Yapısı, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1999.
- DİNÇ, Engin** : Bilgisayarlı Muhasebe Sisteminin İncelenmesi ve Türkiye'deki Bilgisayarlı Muhasebe Uygulamalarının Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trabzon, 1996.
- DOYRANGÖL, Nuran Cömert** : Büyük Mağazalarda Stok Muhasebesi, Barkod Destekli Sürekli Envanter Yöntemi, Lebib Yalkın Yayınları, İstanbul, 1996.
- DURMUŞ, Ahmet H. ARAT, Mehmet E.** : İşletmelerde Muhasebe Organizasyonu, Marmara Üniversitesi Nihad Sayar Eğitim Vakfı Yayınları, No: 496/730, İstanbul, 1995.

- ERDOĞAN, Nurten**
- ERDOĞAN, Melih** : Muhasebede Bilgisayar Kullanımı, Birlik Ofset Yayıncılık, Eskişehir, 1993.
- ERDOĞAN, Melih** : Bilgisayar Kullanılan Muhasebe Sürecinde Denetim Süreci, Eskişehir, 1988.
- ERDAMAR, Cengiz** : Muhasebe Bilgileri ve İşletme Kararları Teori ve Uygulamaları, Eko-Bil Yayın, No: 1, İstanbul, 1982.
- ERKURAL, Kenan** : Muhasebe Organizasyonu, Cem Ofset A.Ş., İstanbul, 1979.
- _____ : Muhasebe Prensipleri ve Uygulama, Der Yayınları, İstanbul, 1995.
- GRAY, Jock**
- RICKETTES, Don** : Cost and Managerial Accounting, McGraw-Hill International Book Company, 1982.
- GÜCENME, Ümit** : Tekdüzen Hesap Planına Göre Ticaret İşletmelerinde Muhasebe ve Envanter İşlemleri, Marmara Kitabevi Yayınları, Bursa, 1994.
- GÜÇLÜ, Faruk**
- GÖREN, Recai** : Tekdüzen Muhasebe Sistemine Göre Genel Muhasebe, Detay Yayıncılık, Ankara, 1999.
- HARTLEY, Robert F** : Retailing Challenge and Opportunity, Cleveland State University, Boston, 1985.
- HOŞGÖR, Raci** : Mağaza Yönetimi, İstanbul, 1994.
- İSLAMOĞLU, A. Hamdi** : Pazarlama Yönetimi, İstanbul, 1999.

- _____ : Perakende Düzeyinde Gıda Maddesi ve Kolayda Malları Pazarlamada Çapraz Rekabet, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trabzon, 1987.
- KARAKAYA, Mevlüt** : Muhasebe Bilgi Sistemi ve Bilgi Teknolojisi, Ankara, 1994.
- KOTAR, Erhan** : Genel Muhasebe Temel İlkeler, Ekin Kitabevi, Bursa, 1996.
- KÜÇÜKSAVAŞ, Nihat** : Kişisel Bilgisayar (PC) Destekli Genel Muhasebe İlkeleri ve Uygulaması, 1992.
- KOPARAL, Celil** : Zincir Mağazaların Organizasyon Yapıları, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1988.
- KOPARAL, Celil** : Departmanlı Mağazaların Organizasyon Yapıları, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1986.
- MASSIE, Joseph** : Essentials of Management, University Of Kentucky, Second Edition, New Jersey, 1971.
- MUCUK, İsmet** : Pazarlama İlkeleri, Der Yayınları, 1986.
- ODABAŞI, Yavuz** : Müşteri İlişkileri, Der Yayınları, İstanbul, 1997.
- ÖZATAĞ, A. İlhami** : Zincir Mağazalarda Yer Seçimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 1992.
- ÖNAL, Güngör** : Temel İşletmecilik Bilgisi, İstanbul, 1993.
- PEKER, Alparslan** : Yönetim Muhasebesi, Elektronik Ofset, İstanbul, 1974.

- SEVİLENGÜL, Orhan** : Genel Muhasebe (Tekdüzen Muhasebe Sistemi ile Uyumlu), Ankara, 1995.
- SOYSAL, Suat** : Mağazacılık Mükemmel Müşteri Hizmeti ve Etkili Satış Teknikleri, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1977.
- SÜMER, Haluk** : Büyük Mağazalarda Hesap İşleri ve Muhasebe Organizasyonu, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, 1984.
- SÜRMEYEN, Yusuf** : İşlem Muhasebesi –1, Kıyı Kitabevi, Trabzon, 1993.
- ŞİRELİ, F. Aykut** : Türkiye’de Departmanlı Mağazaların Müşterilerinin Sosyo Ekonomik Özellikleri, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, Yayın No: 1889, İstanbul, 1973.
- ŞOĞUR, Macide** : Tekdüzen Muhasebe Sistemi, Der Yayınları, İstanbul, 1995.
- TAYLOR, A.H.**
- SHEARİNG, H.** : Financial and Cost Accounting for Management, El-BS, London, 1983.
- TEK, Baybars** : Perakende Pazarlama Yönetimi, Üçel Yayıncılık, İzmir, 1984.
- TEK, Baybars** : Pazarlama İlkeleri, İzmir, 1997.
- TÜREDİ, Hasan** : Muhasebe Organizasyonu, Basılmamış Ders Notları, K.T.Ü., İ.İ.B.F., Trabzon, 1987.
- _____ : Genel Muhasebe, Trabzon, 1996.
- _____ : Şirketler Muhasebesi, Trabzon, 2002.

- TÜREDİ, Hasan**
DİNÇ, Engin : Maliyet Muhasebesi-1 Ders Notları, KTÜ, Trabzon, 2002.
- USLU, Selçuk** : Bilgisayarın Muhasebede Kullanılmasının Yararları ve Önemi, Ankara İ.T.İ.A. Yayınları, Ankara, 1975.
- ÜNKAYA, Gülümser**
ALTUĞ, Osman : Banka İşlemleri ve Muhasebesi, M.Ü. Muhasebe Araştırma ve Uygulama Merkezi, Yayın No: 91/2 İstanbul, 1991.
- YALKIN, Yüksel Koç** : Genel Muhasebe İlkeleri ve Uygulaması, Turhan Kitabevi, Ankara, 1995.
- YAZICI, Kamil** : İşletme Bilimine Giriş, Genişletilmiş 2. Baskı, Trabzon, 2002.
- YAZICI, Mehmet** : Muhasebe Tümlenimleri ve Örgütlenmesi, Marmara Üniversitesi Nihat Sayar Eğitim Vakfı, İstanbul, 1991.
- YAZICI, Mehmet**
DURMUŞ, Ahmet H. : Muhasebe Kuramları ve Uygulamaları, İstanbul, 1975.
- YAZICI, Mehmet**
DURMUŞ, Ahmet H.
PAMUKÇU, Fatma : MGB Tekdüzen Hesap Çerçevesi ve Hesap Planı Uygulaması, İstanbul, 1996.

b. Makale ve Bildiriler

- AYDIN, Kenan : “Perakendeciliğin Gelişimi”, **Market Dergisi**, Sayı:6(Kasım-Aralık 1998), ss.60-62.
- AZABAĞAOĞLU, O : “Türkiye’de Modern Perakendeciliğin Kısa Geçmişi ve Mevcut Yapısı”, **Market Dergisi**, Sayı:4(Temmuz-Ağustos 1999), ss. 112-113.
- BERRY, Leonard : “Retail Business are Services Business”, **Journal of Retailing**, Vol: 62, No: 1(Spring 1986), ss.3-6.
- ERDOĞMUŞ, Nihat : “Perakendecilik Sektöründe Zincir Mağaza Müdürlüğü Yeterlilikleri”, **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Sayı:11 (Kasım1999), ss.192-193.
- KOÇ, Ahmet : “Türkiye’de Perakendeciliğin Dünü, Bugünü ve Yarını”, **Satış Noktası Dergisi**, Sayı:9(Eylül 1996), ss.12-14.
- : **Mikbülten Dergisi**, Mikro Yazılım Yayını, Temmuz-Ağustos 1995, ss.107.
- ÖZKENT, Bora : “Türk Perakendeciliğinde Değişim Dinamikleri”, **Satış Noktası Dergisi**, Sayı:18(Şubat 1988), ss.8-11.
- RAYBURN,Letricia G. : “Cost Accounting, Using a Cost Management Approach, Sixth Edition”, **Times Mirror Higher Education Group**, Sayı:5 (May 1996), ss.28-32.
- SOYDAN, Cengiz : “Türkiye Perakende Ticaretinin Değişimleri ve Geleceği, Alan Yönetimi ve Türkiye”, **Satış Noktası Dergisi**, Sayı:4(Nisan 1988), ss.15-16.

ŞAMILOĞLU, Famil

USLU, Sevilay : “Çok Katlı Mağazalarda Müşteri Talep Yapılarının Belirlenmesi Üzerine Çukurova Bölgesinde Bir Araştırma”, **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Sayı:7(Temmuz 1999), ss.13-17.

ŞİBİL, Hakkı, M. : “Pazarlama Organizasyonu”, **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Sayı:3 (Mart 1999), ss.21-22.

ÜNLÜŞEREFOĞLU,

Deniz : “Muhasebe Yazılımları Üzerine Görüşler”, **PC World-Türkiye**, Sayı:12 (Şubat 1992), ss. 71.

c. Kanun, Tebliğ, Yönetmelik, Tüzük ve Diğerleri

TTK.

VUK.

GVK.

KDVK.

Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (26 Aralık 1992, 21447 Sayılı Resmi Gazete).

GİMA T.A.Ş. Faaliyet Raporu – 2001.

GİMA T.A.Ş. Muhasebe Belgeleri.



EKLER

Gima Mağazaları Tekdüzen Hesap Planı

100. KASA HESABI

100 01 0001. Merkez Kasa Hesabı
100 02 0006. Kızılay Mağazası Kasası Hesabı
100 03 0007. Antalya Mağazası Kasası Hesabı
.
.
.

100 01 0016. Bursa Mağazası Kasası Hesabı
100 01 0052. Ordu Mağazası Kasası Hesabı
100 02 0053. Rize Mağazası Kasası Hesabı
100 03 0061. Trabzon Mağazası Kasası Hesabı
.
.
.

101. ALINAN ÇEKLER HESABI

101 01 0001. Alınan Çekler Hesabı
101 01 0002. Tahsile Verilen Çekler Hesabı
101 01 0004. Tahsile Verilen Kredi Kartları Hesabı

102. BANKALAR HESABI

102 01 0006. İş Bankası Kızılay Şubesi Hs.
102 02 0006. Yapı-Kredi Bankası Kızılay Şubesi Hs.
102 03 0006. Akbank Kızılay Şubesi Hs.

.
.
.

102 01 0052. İş Bankası Ordu Şubesi Hs.
102 02 0052. Yapı-Kredi Bankası Ordu Şubesi Hs.
102 03 0052. Akbank Ordu Şubesi Hs.

103. VERİLEN ÇEK VE ÖDEME EMİRLERİ HESABI (-)

.
.

108. DİĞER HAZIR DEĞERLER HESABI

108 01 0006. Tahsildeki Kredi Kartları Hs./Kızılay

108 01 0016. Tahsildeki Kredi Kartları Hs./Bursa

112. KAMU KEŞİM TAHVİL, SENET VE BONOLARI HS.

. .
. .

120. ALICILAR HESABI

120 01 0001. Toptan Alıcılar Hesabı

120 01 0002. İnternet Müşterileri Hesabı

. .
. .
. .

121. ALACAK SENETLERİ HESABI

. .
. .
. .

122. ALACAK SENETLERİ REESKONTU HESABI

126. VERİLEN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR HESABI

126 01 0001. Market Depozitoları Hesabı

127. DİĞER TİCARİ ALACAKLAR HESABI

. .
. .

128. ŞÜPHELİ TİCARİ ALACAKLAR HESABI

. .

129. ŞÜPHELİ TİCARİ ALACAKLAR KARŞILIĞI HESABI (-)

. .
. .

132. İŞTİRAKLERDEN ALACAKLAR HESABI

135. PERSONELDEN BORÇLAR HESABI

136. DİĞER ÇEŞİTLİ ALACAKLAR HESABI

153. TİCARİ MALLAR HESABI

153 01 0001 Gıda Ürünleri
153 01 0002 Temizlik Ürünleri
153 01 0003 Tekstil Ürünleri
153 01 0004

157. DİĞER STOKLAR HESABI

159. VERİLEN SİPARİŞ AVANSLARI HESABI

. .
. .
. .

180. GELECEK AYLARA AİT GİDERLER HESABI

. .
. .

181. GELİR TAHAKKUKLARI HESABI

190. DEVREDEN KDV HESABI

191. İNDİRİLECEK KDV HESABI

191 01 0001. %1 İndirilecek KDV Hesabı
191 01 0008. %8 İndirilecek KDV Hesabı
191 01 0018. %18 İndirilecek KDV Hesabı

. .
. .
. .

192. DİĞER KDV HESABI

193. PEŞİN ÖDENEN VERGİLER VE FONLAR HESABI

195. İŞ AVANSLARI HESABI

196. PERSONEL AVANSLARI HESABI

197. SAYIM VE TESELLÜM NOKSANLARI HESABI

. .

198. DİĞER ÇEŞİTLİ DÖNEN VARLIKLARHESABI

226. VERİLEN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR HESABI
242. İŞTİRAKLER HESABI
243. İŞTİRAKLERE SERMAYE TAAHHÜTLERİ HESABI
250. ARAZİ VE ARSALAR HESABI
- •
- •
252. BİNALAR HESABI
254. TAŞITLAR HESABI
255. DEMİRBAŞLAR HESABI
257. BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR HESABI (-)
258. YAPILMAKTA OLAN YATIRIMLAR HESABI
259. VERİLEN AVANSLAR HESABI
260. HAKLAR HESABI
261. ŞEREFİYE HESABI
262. KURULUŞ VE ÖRGÜTLENME GİDERLERİ HESABI
264. ÖZEL MALİYETLER HESABI
267. DİĞER MADDİ OLMAYAN DURAN VARLIKLAR HESABI
268. BİRİKMİŞ AMORTİSMANLAR HESABI (-)
280. GELECEK YILLARA AİT GİDERLER HESABI
300. BANKA KREDİLERİ HESABI
320. SATICILAR HESABI
- •
- •
321. BORÇ SENETLERİ HESABI
- •
- •
326. ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR HESABI
329. DİĞER TİCARİ BORÇLAR HESABI
331. ORTAKLARA BORÇLAR HESABI
335. PERSONELE BORÇLAR HESABI
360. ÖDENECEK VERGİ VE FONLAR HESABI
361. ÖDENECEK SOSYAL GÜVENLİK KESİNTİLERİ HESABI
369. ÖDENECEK DİĞER YÜKÜMLÜLÜKLER HESABI

373. MALİYET GİDERLERİ KARŞILIĞI HESABI

381. GİDER TAHAKKUKLARI HESABI

391. HESAPLANAN KDV HESABI

392. DİĞER KDV HESABI

393. MERKEZ VE ŞUBELER CARİ HESABI

. .
. .

397. SAYIM VE TESELLÜM FAZLALARI HESABI

397 01 0001. Kasa Sayım Fazlası Hesabı

. .
. .

399. DİĞER ÇEŞİTLİ YABANCI KAYNAKLAR HESABI

400. BANKA KREDİLERİ HESABI

472. KIDEM TAZMİNATLARI KARŞILIĞI HESABI

500. SERMAYE HESABI

520. HİSSE SENETLERİ İHRAÇ PRİMLERİ HESABI

522. M.D.V. YENİDEN DEĞERLEME ARTIŞLARI HESABI

523. İŞTİRAKLER YENİDEN DEĞERLEME ARTIŞLARI HESABI

540. YASAL YEDEKLER HESABI

542. OLAĞANÜSTÜ YEDEKLER HESABI

549. ÖZEL FONLAR HESABI

580. GEÇMİŞ YILLAR ZARARLARI HESABI

590. DÖNEM NET KARI HESABI

591. DÖNEM NET ZARARI HESABI

600. YURTIÇİ SATIŞLAR HESABI

600 01 0006. Kızılay Mağazası Satışları Hesabı

600 01 0016. Bursa Mağazası Satışları Hesabı

600 01 0061. Trabzon Mağazası Satışları Hesabı

. .
. .
. .

602. DİĞER GELİRLER HESABI

610. SATIŞ İADELERİ HESABI

611. SATIŞ İSKONTOLARI HESABI
612. DİĞER İNDİRİMLER HESABI
621. SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ HESABI
640. İŞTİRAKLERDEN TEMETTÜ GELİRLERİ HESABI
642. FAİZ GELİRLERİ HESABI
644. KONUSU KALMAYAN KARŞILIKLAR HESABI
646. KAMBİYO KARLARI HESABI
647. REESKONT FAİZ GELİRLERİ HESABI
654. KARŞILIK GİDERLERİ HESABI (-)
656. KAMBİYO ZARARLARI HESABI (-)
657. REESKONT FAİZ GİDERLERİ HESABI (-)
671. ÖNCEKİ DÖNEM GELİR VE KARLARI HESABI
679. DİĞER OLAĞANDIŞI GELİR VE KARLAR HESABI
681. ÖNCEKİ DÖNEM GİDER VE ZARARLARI HESABI (-)
689. DİĞER OLAĞANDIŞI GİDER VE ZARARLAR (-)

760. PAZARLAMA SATIŞ VE DAĞITIM GİDERLERİ HESABI

760 01 0001. İşçilik Giderleri Hesabı

760 01 0002. İşletme Giderleri Hesabı

760 01 0003. Enerji Giderleri Hesabı

760 01 0004. Yemek Giderleri Hesabı

•• ••

• •

770. GENEL YÖNETİM GİDERLERİ HESABI

780. FİNANSMAN GİDERLERİ HESABI

• •

900. NAZİM HESAPLAR



GIDA VE İHTİYAÇ MADDELERİ T.A.Ş.

Genel Müdürlük
Atımdağ Cd. Site Yolu Toya Sk. Tunay İş Merkezi
No. 3/B Ümraniye İSTANBUL
Anadolu Kurumlar V.D. 395 007 9068



İl Kodu : 34

TARİH:

FİP
Büyükdere cad. Ali Kaya sok.
No:9 Levent 1/Şişli/İSTANBUL
Müşteri V.D. Başoğlu
Müşteri Hs. No. 3260019177

FATURA

SERİ, SIRA NO:

AJ526523

AÇIKLAMA

TRABZON MAGAZASI
HIZIRBEY MAH. MARAS CAD. NO:224
TRABZON TEL:(0-462) 223 10 10

6030169806959004

6030169806959004
 ##8890105000115##Ea10*360.000 PUAN
 2 x 1.0 AD TL5.900.000 SF
 DAYKUR R.TUR.1000GR 28 *11.800.000
 ##8890105000436##Ea10*153.000 PUAN
 DAYKUR TIRYAKI 1000GR *4.475.000
 ##8890105000436##Ea10*153.000 PUAN
 DAYKUR TIRYAKI 1000GR *4.475.000
 ##8890105000436##Ea10*153.000 PUAN
 DAYKUR TIRYAKI 1000GR *4.475.000
 ##8890105000436##Ea10*153.000 PUAN
 2 x 1.0 AD TL940.000 SF
 L.TAN.TUR.1000GR1E *1.820.000
 ##889010180010R001Ea10*153.000 PUAN
 GÖNCE KUTU LINDOR000018 *3.795.000
 ##889010180015E001Ea10*153.000 PUAN
 GÖNCE KUTU LUGER00001E *3.795.000
 ##88901050000340Ea10*153.000 PUAN
 GİMA T.CE BELİBAM01 28 *3.275.000
 ##88901050000340Ea10*153.000 PUAN
 5 x 1.0 AD TL1.700.000 SF
 GİMA T.CE BEKEP 900GR28 *3.000.000
 UR.LINİ-TL -300.000
 ##8890105000429##Ea10*41.000 PUAN
 DAYKUR TOMUR. 25GR 28 *1.200.000
 ##7610100026126##Ea10*161.000 PUAN
 NESCAFE GOLD 200 GR.*18 *10.775.000
 ARATOP *57.645.000

TOFKDU *5.858.590
 TOFLAM *57.645.000
 NAKİT *60.000.000

SAYFA NO 1
 1377 0301/002/003 09/01/03 11:27 AC-04

İtirazınız
Fatura ibraz
etmeniz
halinde
geçerlidir.



GIDA VE İHTİYAÇ MADDELERİ T.A.Ş.
Genel Müdürlük
Alamdagı Cd. Site Yolu Toya Sk. Tunay İş Merkezi
No. 3/B Ümraniye - İSTANBUL
Anadolu Kurumlar V.D. 395 007 9068



İl Kodu : 34

Müşteri Adı Soyadı : Secal
Adres : 325 Sok. Kocaeli
B. Evler 14/9
Telefon : 222 7720
İade Fiş No. : 64
İade Fiş Tarihi : 2.07.02
Müşteri İmzası :

GİDER PUSULASI

(Müşteri İadesi)

SERİ, SIRA NO.: **B044763**

Müşteri V.D. _____
Müşteri Hs. No. _____

AÇIKLAMA

1- Ürün İade Gider Pusulası yalnız aşağıya yazılı müşteri tarafından kullanılabilir. Ürün İade Gider Pusulasının kullanımını sırasında gerekirse kimlik kontrolü yapılabilir.
1- Ürün İade Gider Pusulasının müşteri tarafından kaybedilmesi halinde Gima Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Türk A.Ş. herhangi bir sorumluluk kabul etmez.
VERGİ İADESİNDE KULLANILMAZ

BİLGİLETLER - HMK. MÜHÜRÜ
CAMI DURUMU 7.CAD.
B.EVLER / HMKH TEL:(0-312) 222 96 04

6030167826378385

#6030167826378385

#####90559601029#E#J

DARAMEL KLASİK TON 218 *2,995.000
HAKTUF *2,995.000

TOPKDV *456.864
TOPLAM *2,995.000
HAKTUF *2,995.000

KDV 218 *456.864 *2,995.000
KASİYER : NURİHAN ADIGUZEL
AY HARCAMA(TL) FİYAT
HAZİRAN 23.485.000 0
TEMMUZ 19.730.000 0
AĞUSTOS 7.620.000 0
EYLÜL 16.505.000 0

TOPLAM FİNANSMAN DÜŞÜLEBİLİR.

1160 0204/002/001 02/07/02 14:53 HC-04

T.C. YÖKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

Yeni Berkeol Okunuyor
İade işlemi tamamlanmıştır.

Mağaza Yetkilisinin Adı Soyadı

İmza

Murat Gökçe
(İmza)

TEDİYE FİŞİ

Tarih: **11.5.2012**
No: **497**

Hesap No.		AÇIKLAMA	ÖDENEN
D. Kehir	Hesap No.		
		Reaktif	9.500.000.000
		Yalnız. Kevnilyar beş yüz onbir	9.500.000.000
Eki		Parayı Aldım Adı Soyadı	Vezneçiar Ödençii.
Tanzim Eden: Mehmet Emin		VETKİLİ İMZALAR Mehmet Emin	

Y GİMA TÜRK A.Ş.
İSTANBUL

MUHASEBE Fişi

Saat: 12:49:58 Tarih: 20.09.2002
ZMAHSUP / LEYLAY Sayfa: 1

İş Türü: SA
Men : LEYLAY

Belge No : 1200208756
Ref.Belge No:

Belge Tarihi: 03.09.2002
Kayıt Tarihi: 03.09.2002

İAP NO	CARİ HSP.HESAP ADI	İA. AÇIKLAMA	BORÇ	ALACAK	YP TUTARI
0020000		Tasf.Edick.Günl.Hası 0902 Günlük Satış - 03.09	18.197.575.000		
0011031		Krd.Krt.Slp.FinbDidi 0902 Günlük Satış - 03.09	9.014.445.050		
0017066		Krd.Krt.Sl.işB.Didim 0902 Günlük Satış - 03.09	1.929.152.155		
0011031		Krd.Krt.Slp.FinbDidi 0902 Günlük Satış - 03.09	377.103.500		
0017066		Krd.Krt.Sl.işB.Didim 0902 Günlük Satış - 03.09	538.965.060		
0020000		KişiveKurumlara Borç 0902 Günlük Satış - 03.09	132.679.600		
0010000	P12198	ÖZLEM GÜLTAŞ 0902 Günlük Satış - 03.09	1.072.270		
0010000		Kasa Sayım Fazlaları 0902 Günlük Satış - 03.09		20.436.605	
0030000		Tasf.Edick.Gün.Satış 0902 Günlük Satış - 03.09		30.170.556.030	
0010118		Mağ.Sat.-Sütürünl%18 0902 Günlük Satış - 03.09	1.186.441		
0010108		Mağ.Sat.-Sütürünl%8 0902 Günlük Satış - 03.09		1.296.296	
0020000		KişiveKurumlara Borç 0902 MÜŞTERİ VİSA İADESİ	11.950.000		
0017066		Krd.Krt.Sl.işB.Didim 0902 MÜŞTERİ VİSA İADESİ		11.950.000	
0010000		Diğer ind.-Super Çek 0902 03.09 TARİHİNDE EKSi		2.992.000	
0010000	P12195	ZEYNEP MABUNACI 0902 03.09 TARİHİNDE EKSi	2.992.000		
0010000		Hes.Mal&HizSatış.KDV 0902	213.559		
0010000		Hes.Mal&HizSatış.KDV 0902		103.704	
TOPLAMI:			30.207.334.635	30.207.334.635	

İ HAZIRLAYAN

ONAYLAYAN

MA05-KASA TUTANAĞI

Kasiyer Adı	Kasa No.	Saat	Tarih
M. Adıgüneç	2	22:15	12.03.21

AVANS TUTARI 60.000.000	Nakit : Gıma Card Adedi :
----------------------------	------------------------------

Cinsi	Adedi	Tutarı
20,000,000 x	33	660.000.000
10,000,000 x	29	290.000.000
5,000,000 x		
1,000,000 x	1	1.000.000
500,000 x	3	1.500.000
250,000 x		
100,000 x		
50,000 x		
25,000 x		1.400.000

Nakit Toplamı : 953.900.000

Diğer Ödeme Şekilleri

Kredi Kartı	: 12 1.200.000
Kredi Kartı (Manuel)	: 714.006.570
İadeler	: 2.995.000
Personel Çeki	:
Müşteri Çeki	:
Kapak, Kulakçık, Kupon	:
Kredili Gıda	:
Kredili Satış	:

Nakit Dışı Toplam : 718.901.570

Kasiyerin Teslim Ettiği Miktar : 1.672.801.570

Toplam (X Raporu) : 1.671.396.505

Açık :
fazla : 1.405.065

atılan Gıma Card Adedi :

asiyerden Teslim Alınan Gıma Card Adedi :

İsilm Eden (Ad Soyad, İmza):


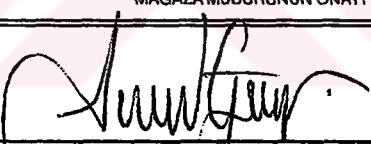
Teslim Alan (Ad Soyad, İmza):

M. Adıgüneç

O. Şahin

BU FORMUN NAKİT BÖLÜMÜ KASİYER, DİĞER BÖLÜMLERİ İSE MUHASEBE ELEMANI TARAFINDAN EL YAZISI İLE DOLDURULACAKTIR.)

KASİYER İPTAL FORMU

İPTAL NO	İPTAL TUTARI	YÖNETİCİ İMZASI (Müdür Yardımcısı veya Departman Şefi)	MÜŞTERİ İMZASI (Yalnızca Sistem çıkış tuşu ile yapılan iptallerde)	İPTAL GEREKÇESİ
	1.073.250			Gma kart borradan verildi
	1.100.000			Gma kart borradan verildi
+	3.102.000			Vargeçer
-	3.250.000			Farka yarıldı
+	3.695.000			Paholu geldi
-	1.250.000			Vargeçer
-	2.363.500			Paholu geldi
15.833.750				
KASİYERİN ADI VE SOYADI		KASİYERİN İMZASI		MAĞAZA MÜDÜRÜNÜN ONAYI
Orhan Mihriban Adıgüzel				

İPTAL ÜRÜN İPTALİ, HATA DÜZELTME VE SİSTEM ÇIKIŞ TUŞU İLE YAPILAN İPTALLERİN TÜMÜ ANINDA YAZILACAK FATURAYA GEÇİŞLERİ OTOMATİK FİŞ İPTALLERİ YAZILMAYACAKTIR. İŞ VE FATURALAR (YÖNETİCİYE ONAYLANMIŞ OLARAK) İLE FATURAYA OTOMATİK GEÇİŞ NEDENYLE KENDİLİĞİNDEN OLUŞAN İPTAL FİŞLERİ BU FORMA ZİMBALANACAKTIR.

Mayıs 2000

Milyon TL

GENEL MÜDÜRLÜK	Nisan 00	Mayıs 00	Bm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	195	214		%10	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	(5.467)	(5.403)	(25)	(%1)	(27.985)
Personel Ücret ve Giderleri	(218.250)	(224.507)	(1.049)	%3	(1.105.145)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	(31.789)	(82.383)	15	%159	(235.561)
Elektrik ve Su Gideri	(2.314)	(4.749)	(22)	%105	(16.291)
Araç Gideri	(9.203)	(11.431)	(53)	%24	(45.478)
Sigorta Gideri	(9.767)	(5.794)	(27)	(%41)	(43.212)
Bakım-Onarım Giderleri	(22.619)	(26.698)	(125)	%18	(63.716)
Temizlik Gideri	(2.886)	(2.241)	(10)	(%22)	(10.962)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(13.770)	(13.444)	(63)	(%2)	(72.552)
Reklam-Tanıtım Gideri	(161.650)	(145.701)	(681)	(%10)	(691.956)
Vizyon Gideri	0	(32.555)	(152)	-	(38.229)
Haberleşme Gideri	(12.387)	(11.844)	(55)	(%4)	(63.356)
Güvenlik Gideri	(2.180)	(2.170)	(10)	(%0)	(11.274)
Kira Gideri	(25.908)	(25.440)	(119)	(%2)	(141.185)
Şehir içi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(13.887)	(20.852)	(97)	%50	(54.178)
Diğer Giderler	(17.798)	(128.936)	(603)	%624	(240.958)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(549.875)	(744.148)	(3.477)	%35	(2.862.038)
OPERASYONEL GELİRLER	255.673	297.396	1.390	%16	1.005.595
DiĞER SATIŞ GELİRLERİ	266.647	280.850	1.312	%9	408.962
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ, net	(37.555)	(165.901)	(775)	%342	(1.447.481)

BİLGİ İŞLEM	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	20	18		(%10)	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	0	(62)	(3)	-	(62)
Personel Ücret ve Giderleri	(17.693)	(18.654)	(1.036)	%5	(96.816)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	0	0	-	-	0
Elektrik ve Su Gideri	0	0	-	-	0
Araç Gideri	(226)	(504)	(28)	%123	(1.438)
Sigorta Gideri	0	0	-	-	0
Bakım-Onarım Giderleri	(725)	(149)	(8)	(%79)	(1.036)
Temizlik Gideri	0	0	-	-	0
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(179)	0	-	-	(795)
Reklam-Tanıtım Gideri	0	0	-	-	0
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(3.837)	(617)	(34)	(%84)	(11.795)
Güvenlik Gideri	0	0	-	-	0
Kira Gideri	0	0	-	-	0
Şehirçi Ulaşım ve Seyehat Giderleri	(727)	(837)	(47)	%15	(3.454)
Diğer Giderler	(30)	(102)	(6)	%240	(233)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(23.417)	(20.925)	(1.162)	(%11)	(115.629)

İNŞAN KAYNAKLARI	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	30	35		%17	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	0	0	-	-	0
Personel Ücret ve Giderleri	(29.470)	(29.533)	(844)	%0	(139.544)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	0	0	-	-	0
Elektrik ve Su Gideri	0	0	-	-	0
Araç Gideri	(316)	(623)	(18)	%97	(2.133)
Sigorta Gideri	0	0	-	-	0
Bakım-Onarım Giderleri	0	0	-	-	(654)
Temizlik Gideri	0	0	-	-	0
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(34)	(502)	(14)	%1376	(536)
Reklam-Tanıtım Gideri	0	0	-	-	0
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(25)	(3)	(0)	(%88)	(628)
Güvenlik Gideri	0	0	-	-	0
Kira Gideri	0	0	-	-	0
Şehirçi Ulaşım ve Seyehat Giderleri	(1.279)	(1.598)	(46)	%25	(5.479)
Diğer Giderler	(102)	(119)	(3)	%17	(707)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(31.226)	(32.378)	(925)	%4	(149.681)

MALİ İŞLER	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	51	50		(%2)	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	0	0	-	-	0
Personel Ücret ve Giderleri	(31.672)	(31.913)	(638)	%1	(145.644)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	0	0	-	-	0
Elektrik ve Su Gideri	0	0	-	-	(53)
Araç Gideri	(535)	(1.028)	(21)	%92	(2.397)
Sigorta Gideri	0	0	-	-	0
Bakım-Onarım Giderleri	0	0	-	-	0
Temizlik Gideri	0	0	-	-	0
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	0	0	-	-	0
Reklam-Tanıtım Gideri	0	0	-	-	0
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(6)	(224)	(4)	%3633	(1.598)
Güvenlik Gideri	0	0	-	-	0
Kira Gideri	0	0	-	-	0
Şehirçi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(414)	(179)	(4)	(%57)	(1.219)
Diğer Giderler	(45)	(58)	(1)	%29	(208)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(32.672)	(33.402)	(668)	%2	(151.119)

PAZARLAMA&PROMOSYON	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	12	14		%17	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	0	0	-	-	(8)
Personel Ücret ve Giderleri	(10.363)	(9.930)	(709)	(%4)	(52.834)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	0	0	-	-	0
Elektrik ve Su Gideri	0	0	-	-	0
Araç Gideri	(350)	(532)	(38)	%52	(1.755)
Sigorta Gideri	0	0	-	-	0
Bakım-Onarım Giderleri	0	0	-	-	0
Temizlik Gideri	0	0	-	-	0
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	0	(490)	(35)	-	(730)
Reklam-Tanıtım Gideri	(205)	0	-	-	(885)
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	0	0	-	-	0
Güvenlik Gideri	0	0	-	-	0
Kira Gideri	0	0	-	-	0
Şehirçi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(661)	(267)	(19)	(%60)	(1.457)
Diğer Giderler	0	0	-	-	(280)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(11.579)	(11.219)	(801)	(%3)	(57.949)

SATINALMA&LOJİSTİK	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	48	52		%8	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	0	0	-	-	0
Personel Ücret ve Giderleri	(37.471)	(36.292)	(698)	(%3)	(187.708)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	0	0	-	-	0
Elektrik ve Su Gideri	0	0	-	-	0
Araç Gideri	(1.352)	(1.696)	(33)	%25	(5.225)
Sigorta Gideri	0	0	-	-	0
Bakım-Onarım Giderleri	0	0	-	-	0
Temizlik Gideri	0	0	-	-	0
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	0	0	-	-	(4.361)
Reklam-Tanıtım Gideri	0	0	-	-	0
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(44)	(689)	(13)	%1466	(3.117)
Güvenlik Gideri	0	0	-	-	0
Kira Gideri	0	0	-	-	0
Şehir içi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(1.944)	(1.076)	(21)	(%45)	(5.546)
Diğer Giderler	(65)	(49)	(1)	(%25)	(129)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(40.876)	(39.802)	(765)	(%3)	(206.086)

SATIŞ	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	8	17		%113	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	0	0	-	-	0
Personel Ücret ve Giderleri	(9.489)	(10.538)	(620)	%11	(45.920)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	0	0	-	-	0
Elektrik ve Su Gideri	0	0	-	-	0
Araç Gideri	(1.161)	(2.481)	(146)	%114	(8.190)
Sigorta Gideri	0	0	-	-	0
Bakım-Onarım Giderleri	0	0	-	-	(101)
Temizlik Gideri	0	0	-	-	0
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	0	0	-	-	0
Reklam-Tanıtım Gideri	0	0	-	-	0
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(358)	(582)	(34)	%63	(1.830)
Güvenlik Gideri	0	0	-	-	0
Kira Gideri	0	0	-	-	0
Şehir içi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(5.318)	(2.470)	(145)	(%54)	(12.955)
Diğer Giderler	(50)	(100)	(6)	%100	(1.918)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(16.376)	(18.171)	(851)	(%1)	(70.914)

ÜST YÖNETİM	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	10	12		%20	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	(53)	(180)	(15)	%240	(405)
Personel Ücret ve Giderleri	(47.486)	(51.932)	(4.328)	%9	(245.465)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	0	0	-	-	0
Elektrik ve Su Gideri	0	0	-	-	0
Araç Gideri	(2.177)	(1.664)	(139)	(%24)	(7.225)
Sigorta Gideri	0	0	-	-	0
Bakım-Onarım Giderleri	0	0	-	-	0
Temizlik Gideri	0	0	-	-	0
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	0	0	-	-	0
Reklam-Tanıtım Gideri	0	0	-	-	0
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(242)	(19)	(2)	(%92)	(1.232)
Güvenlik Gideri	0	0	-	-	0
Kira Gideri	0	0	-	-	0
Şehirçi Ulaşım ve Seyehat Giderleri	(1.229)	(10.824)	(902)	%781	(13.845)
Diğer Giderler	(115)	(371)	(31)	%223	(918)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(51.302)	(64.990)	(5.416)	%27	(269.090)

YATIRIM	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	16	16		-	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	0	(221)	(14)	-	(344)
Personel Ücret ve Giderleri	(16.279)	(15.006)	(938)	(%8)	(76.746)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	0	0	-	-	0
Elektrik ve Su Gideri	0	0	-	-	0
Araç Gideri	(901)	(1.645)	(103)	%83	(5.779)
Sigorta Gideri	0	0	-	-	0
Bakım-Onarım Giderleri	0	0	-	-	0
Temizlik Gideri	0	0	-	-	0
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(720)	(9.164)	(573)	%1173	(17.715)
Reklam-Tanıtım Gideri	0	0	-	-	0
Vizyon Gideri	0	(68)	(4)	-	(68)
Haberleşme Gideri	0	0	-	-	(352)
Güvenlik Gideri	0	0	-	-	0
Kira Gideri	0	0	-	-	0
Şehirçi Ulaşım ve Seyehat Giderleri	(2.101)	(2.506)	(157)	%19	(8.650)
Diğer Giderler	(17)	(2.578)	(161)	%15065	(13.806)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(20.018)	(31.188)	(1.949)	%56	(123.460)

GENEL MÜDÜRLÜK HAVUZ	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	195	214		%10	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	(5.414)	(4.940)	(23)	(%9)	(27.166)
Personel Ücret ve Giderleri	(18.328)	(20.709)	(97)	%13	(114.468)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	(31.789)	(82.383)	17	%159	(235.561)
Elektrik ve Su Gideri	(2.314)	(4.749)	(22)	%105	(16.238)
Araç Gideri	(2.185)	(1.258)	(6)	(%42)	(11.336)
Sigorta Gideri	(9.767)	(5.794)	(27)	(%41)	(43.212)
Bakım-Onarım Giderleri	(21.894)	(26.549)	(124)	%21	(61.925)
Temizlik Gideri	(2.886)	(2.241)	(10)	(%22)	(10.962)
Satış Nakli. Yükleme Boşaltma Gid.	(12.837)	(3.288)	(15)	(%74)	(48.415)
Reklam-Tanıtım Gideri	(161.445)	(145.701)	(681)	(%10)	(691.071)
Vizyon Gideri	0	(32.487)	(152)	-	(38.161)
Haberleşme Gideri	(7.875)	(9.710)	(45)	%23	(42.804)
Güvenlik Gideri	(2.180)	(2.170)	(10)	(%0)	(11.274)
Kira Gideri	(25.908)	(25.440)	(119)	(%2)	(141.185)
Şehir içi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(214)	(1.095)	(5)	%412	(1.573)
Diğer Giderler	(17.374)	(125.559)	(587)	%823	(222.759)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(322.410)	(494.073)	(2.309)	%53	(1.718.110)

ANKARA ŞUBE	Nisan 00	Mayıs 00	Brm.Per.Gd.	Artış	Oca.-May. 00
Personel Sayısı	59	61		%3	
Kırtasiye-Basılı Evrak Giderleri	(507)	(531)	(9)	%5	(2.109)
Personel Ücret ve Giderleri	(34.515)	(38.048)	(624)	%10	(192.851)
Ödenen Kıdem ve İhbar Tazminatları	0	0			
Elektrik ve Su Gideri	(1.510)	(1.302)	(21)	(%14)	(8.033)
Araç Gideri	(212)	(189)	(3)	(%11)	(1.157)
Sigorta Gideri	(23)	(23)	(0)	-	(115)
Bakım-Onarım Giderleri	(284)	(1.009)	(17)	%255	(1.877)
Temizlik Gideri	(24)	(28)	(0)	%17	(136)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(183)	(140)	(2)	(%23)	(2.460)
Reklam-Tanıtım Gideri	0	0	-	-	(87)
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(2.088)	(2.463)	(40)	%18	(12.211)
Güvenlik Gideri	(220)	(220)	(4)	-	(1.100)
Kira Gideri	(4.000)	(4.043)	(66)	%1	(18.969)
Şehirîçi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(1.190)	(1.119)	(18)	(%6)	(4.926)
Diğer Giderler	(1.912)	(1.291)	(21)	(%32)	(6.154)
GENEL YÖNETİM GİDERLERİ	(46.668)	(50.406)	(826)	%8	(252.185)

MAGAZALAR	Nisan 00	Mayıs 00	Gid./Satış	Artış	Oca.-May. 00
Brüt Satış	9.070.051	9.639.301		%6	45.056.119
İndirimler	(55.919)	(77.547)			(271.224)
Net Satış	9.014.132	9.561.754	%100,0		44.784.895
Satılan Malın Maliyeti	(7.457.339)	(7.954.785)	%83,2	%7	(37.159.515)
Brüt Satış Karı / (Zararı)	1.556.792	1.606.969	%16,8	%3	7.625.380
Ambalaj Malzemesi Gideri	(63.910)	(65.505)	%0,7	%2	(302.153)
Personel Gideri	(534.798)	(512.113)	%5,4	(%4)	(2.624.318)
Elektrik ve Su Gideri	(136.004)	(136.847)	%1,4	%1	(614.548)
Araç Gideri	(10)	(26)	%0,0	%160	(642)
Sigorta Gideri	(7.658)	(7.504)	%0,1	(%2)	(35.645)
Bakım-Onarım Giderleri	(64.922)	(40.100)	%0,4	(%38)	(225.910)
Temizlik Gideri	(39.047)	(35.556)	%0,4	(%9)	(183.153)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(93.778)	(118.025)	%1,2	%26	(266.633)
Reklam-Tanıtım Gideri	(12.717)	(33.407)	%0,3	%163	(111.106)
Vizyon Gideri	(229)	(322)	%0,0	%41	(744)
Satış Komisyon Gideri	(123)	(91)	%0,0	(%26)	(4.351)
Haberleşme Gideri	(27.716)	(22.581)	%0,2	(%19)	(127.918)
Güvenlik Gideri	(29.047)	(24.465)	%0,3	(%16)	(135.042)
Kira Gideri	(317.018)	(302.099)	%3,2	(%5)	(1.363.621)
Şehirçi Ulaşım ve Seyehat Giderleri	(12.007)	(11.889)	%0,1	(%1)	(45.626)
Diğer Giderler	(45.459)	(10.053)	%0,1	(%78)	(189.394)
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(1.384.443)	(1.320.583)	%13,8	(%5)	(6.230.804)
FAALİYET KARI / (ZARARI)	172.349	286.386	%3,0	%66	1.394.576
Depo Giderleri Payı	(135.984)	(140.772)	%1,5	%4	(988.535)
Genel Yönetim Giderleri Payı	(68.496)	(172.626)	%1,8	%152	(904.214)
TOPLAM DAĞITIM	(204.461)	(313.698)	%3,3	%53	(1.892.749)
DAĞITIM SONRASI KAR / (ZARAR)	(32.112)	(27.212)	%0,3	(%15)	(498.173)

İSTANBUL ÜMRANIYE	Nisan 00	Mayıs 00	Gid./Satış	Artış	Oca.-May. 00
Brüt Satış	127.296	122.930		(%3)	428.142
İndirimler	(664)	(1.424)		%114	(2.690)
Net Satış	126.632	121.506	%100,0	(%4)	425.452
Satılan Malın Maliyeti	(102.029)	(98.244)	%80,9	(%4)	(343.195)
Brüt Satış Karı / (Zararı)	24.603	23.262	%19,1	(%5)	82.258
Ambalaj Malzemesi Gideri	(940)	(1.373)	%1,1	%48	(4.456)
Personel Gideri	(9.039)	(8.173)	%6,7	(%10)	(30.663)
Elektrik ve Su Gideri	0	(4.170)	%3,4	-	(5.091)
Araç Gideri	0	0	-	-	0
Sigorta Gideri	(103)	0	-	-	(206)
Bakım-Onarım Giderleri	(171)	(71)	%0,1	(%58)	(292)
Temizlik Gideri	(715)	(837)	%0,7	%17	(3.017)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(1.462)	(2.383)	%2,0	%63	(4.532)
Reklam-Tanıtım Gideri	(242)	(15)	%0,0	(%94)	(494)
Vizyon Gideri	(207)	0	-	-	(257)
Satış Komisyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(393)	(462)	%0,4	%18	(1.039)
Güvenlik Gideri	(572)	(529)	%0,4	(%8)	(2.096)
Kira Gideri	(9.763)	(10.816)	%8,9	%11	(40.105)
Şehirli Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(1.000)	(1.000)	%0,8	-	(2.739)
Diğer Giderler	(711)	(1.519)	%1,3	%114	(3.499)
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(25.318)	(31.348)	%25,8	%24	(98.486)
FAALİYET KARI / (ZARARI)	(715)	(8.086)	%6,7	%1031	(16.228)
Depo Giderleri Payı	(2.239)	(2.464)	%2,0	%10	(12.471)
Genel Yönetim Giderleri Payı	(1.128)	(2.704)	%2,2	%140	(9.904)
TOPLAM DAĞITIM	(3.367)	(5.167)	%4,3	%53	(22.375)
DAĞITIM SONRASI KAR / (ZARAR)	(4.082)	(13.253)	%10,9	%225	(36.603)

İSTANBUL ZEYİNBUURNU	Nisan 00	Mayıs 00	Gid./Satış	Artış	Oca.-May. 00
Brüt Satış	434.365	260.433		(%40)	694.798
İndirimler	(1.770)	(998)		(%44)	(2.768)
Net Satış	432.595	259.435	%100,0	(%40)	692.031
Satılan Malın Maliyeti	(350.978)	(212.016)	%81,7	(%40)	(563.056)
Brüt Satış Karı / (Zararı)	81.618	47.419	%18,3	(%42)	128.975
Ambalaj Malzemesi Gideri	(1.671)	(2.464)	%0,9	%47	(6.317)
Personel Gideri	(22.289)	(15.487)	%6,0	(%31)	(85.202)
Elektrik ve Su Gideri	(5.457)	(5.065)	%2,0	(%7)	(10.522)
Araç Gideri	0	0	-	-	0
Sigorta Gideri	(252)	(252)	%0,1	-	(504)
Bakım-Onarım Giderleri	(292)	(46)	%0,0	(%84)	(338)
Temizlik Gideri	(2.212)	(2.188)	%0,8	(%1)	(5.888)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(5.280)	(3.444)	%1,3	(%35)	(8.870)
Reklam-Tanıtım Gideri	(1.122)	(379)	%0,1	(%66)	(1.519)
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Satış Komisyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(104)	(708)	%0,3	%581	(944)
Güvenlik Gideri	(1.343)	(951)	%0,4	(%29)	(4.928)
Kira Gideri	(13.035)	(9.072)	%3,5	(%30)	(22.107)
Şehirli Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(72)	(35)	%0,0	(%51)	(107)
Diğer Giderler	(1.052)	(618)	%0,2	(%41)	(2.525)
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(54.181)	(40.709)	%15,7	(%25)	(149.771)
FAALİYET KARI / (ZARARI)	27.436	6.711	%2,6	(%76)	(20.796)
Depo Giderleri Payı	(5.945)	(5.183)	%2,0	(%13)	(25.607)
Genel Yönetim Giderleri Payı	(2.995)	(5.687)	%2,2	%90	(22.274)
TOPLAM DAĞITIM	(8.940)	(10.871)	%4,2	%22	(47.880)
DAĞITIM SONRASI KAR / (ZARAR)	18.496	(4.160)	%1,6	(%122)	(68.676)

ORDU	Nisan 00	Mayıs 00	Gid./Satış	Artış	Oca.-May. 00
Brüt Satış	276.809	293.723		%6	1.402.414
İndirimler	(1.374)	(1.397)		%2	(6.311)
Net Satış	275.435	292.326	%100,0	%6	1.396.104
Satılan Malın Maliyeti	(228.021)	(242.547)	%83,0	%6	(1.160.645)
Brüt Satış Karı / (Zararı)	47.418	49.779	%17,0	%5	236.458
Ambalaj Malzemesi Gideri	(1.854)	(1.161)	%0,4	(%37)	(7.269)
Personel Gideri	(11.575)	(10.288)	%3,5	(%11)	(55.579)
Elektrik ve Su Gideri	(2.658)	(3.154)	%1,1	%19	(15.224)
Araç Gideri	0	0	-	-	0
Sigorta Gideri	(143)	(143)	%0,0	-	(715)
Bakım-Onarım Giderleri	(3.410)	(1.022)	%0,3	(%70)	(6.782)
Temizlik Gideri	(825)	(862)	%0,3	%4	(4.199)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(2.234)	(2.722)	%0,9	%22	(6.086)
Reklam-Tanıtım Gideri	(41)	(114)	%0,0	%178	(5.874)
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Satış Komisyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(985)	(556)	%0,2	(%44)	(3.839)
Güvenlik Gideri	(430)	(430)	%0,1	-	(2.150)
Kira Gideri	(8.104)	(5.138)	%1,8	(%37)	(24.524)
Şehirçi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(15)	(120)	%0,0	%700	(190)
Diğer Giderler	(1.243)	(804)	%0,3	(%35)	(5.149)
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(33.517)	(26.514)	%9,1	(%21)	(137.580)
FAALİYET KARI / (ZARARI)	13.898	23.265	%8,0	%67	97.879
Depo Giderleri Payı	(3.140)	(2.664)	%0,9	(%15)	(22.823)
Genel Yönetim Giderleri Payı	(1.582)	(3.961)	%1,4	%150	(21.382)
TOPLAM DAĞITIM	(4.722)	(6.625)	%2,3	%40	(44.205)
DAĞITIM SONRASI KAR / (ZARAR)	9.176	16.640	%5,7	%81	53.674

RİZE	Nisan 00	Mayıs 00	Gid./Satış	Artış	Oca.-May. 00
Brüt Satış	99.907	120.393		%21	574.211
İndirimler	(1.981)	(2.142)		%8	(5.635)
Net Satış	97.926	118.251	%100,0	%21	568.576
Satılan Malın Maliyeti	(83.084)	(99.710)	%84,3	%20	(476.240)
Brüt Satış Karı / (Zararı)	14.842	18.541	%15,7	%25	92.336
Ambalaj Malzemesi Gideri	(525)	(761)	%0,6	%45	(3.264)
Personel Gideri	(8.373)	(7.263)	%6,1	(%13)	(42.003)
Elektrik ve Su Gideri	(1.816)	(1.446)	%1,2	(%20)	(10.461)
Araç Gideri	0	0	-	-	0
Sigorta Gideri	(61)	(61)	%0,1	-	(304)
Bakım-Onarım Giderleri	(3.567)	(1.556)	%1,3	(%56)	(6.647)
Temizlik Gideri	(1.390)	(775)	%0,7	(%44)	(4.772)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(1.247)	(192)	%0,2	(%85)	(1.890)
Reklam-Tanıtım Gideri	(634)	(1.628)	%1,4	%157	(5.184)
Vizyon Gideri	0	0	-	-	(2)
Satış Komisyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(371)	(682)	%0,6	%84	(2.442)
Güvenlik Gideri	(215)	(215)	%0,2	-	(1.290)
Kira Gideri	(17.630)	(2.110)	%1,8	(%88)	(25.966)
Şehirçi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(617)	(154)	%0,1	(%75)	(1.769)
Diğer Giderler	(956)	(208)	%0,2	(%78)	(3.932)
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(37.402)	(17.051)	%14,4	(%54)	(109.926)
FAALİYET KARI / (ZARARI)	(22.560)	1.490	%1,3	(%107)	(17.590)
Depo Giderleri Payı	(2.130)	(2.062)	%1,7	(%3)	(16.427)
Genel Yönetim Giderleri Payı	(1.073)	(2.801)	%2,4	%161	(15.308)
TOPLAM DAĞITIM	(3.203)	(4.863)	%4,1	%52	(31.735)
DAĞITIM SONRASI KAR / (ZARAR)	(25.764)	(3.373)	%2,9	(%87)	(49.325)

SAMSUN MERKEZ	Nisan 00	Mayıs 00	Gid./Satış	Artış	Oca.-May. 00
Brüt Satış	160.974	159.160		(%1)	829.027
İndirimler	(1.452)	(2.246)		%55	(14.474)
Net Satış	159.522	156.914	%100,0	(%2)	814.553
Satılan Malın Maliyeti	(130.784)	(129.779)	%82,7	(%1)	(678.175)
Brüt Satış Karı / (Zararı)	28.738	27.135	%17,3	(%6)	136.378
Ambalaj Malzemesi Gideri	(1.390)	(658)	%0,4	(%53)	(4.535)
Personel Gideri	(7.675)	(7.572)	%4,8	(%1)	(40.023)
Elektrik ve Su Gideri	(1.902)	(1.160)	%0,7	(%39)	(6.665)
Araç Gideri	0	0	-	-	0
Sigorta Gideri	(179)	(179)	%0,1	-	(896)
Bakım-Onarım Giderleri	(729)	(719)	%0,5	(%1)	(4.156)
Temizlik Gideri	(548)	(563)	%0,4	%3	(2.972)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(1.254)	(1.050)	%0,7	(%16)	(2.830)
Reklam-Tanıtım Gideri	(26)	(119)	%0,1	%358	(286)
Vizyon Gideri	0	0	-	-	(139)
Satış Komisyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(348)	(334)	%0,2	(%4)	(1.811)
Güvenlik Gideri	(430)	(573)	%0,4	%33	(2.293)
Kira Gideri	(2.890)	(2.890)	%1,8	-	(14.450)
Şehirli Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(25)	(41)	%0,0	%64	(108)
Diğer Giderler	(738)	(462)	%0,3	(%37)	(2.152)
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(18.134)	(16.320)	%10,4	(%10)	(83.316)
FAALİYET KARI / (ZARARI)	10.604	10.815	%6,9	%2	53.063
Depo Giderleri Payı	(2.450)	(2.128)	%1,4	(%13)	(18.137)
Genel Yönetim Giderleri Payı	(1.234)	(2.977)	%1,9	%141	(16.921)
TOPLAM DAĞITIM	(3.685)	(5.105)	%3,3	%39	(35.057)
DAĞITIM SONRASI KAR / (ZARAR)	6.919	5.710	%3,6	(%17)	18.006

SAMSUN ATAKUM	Nisan 00	Mayıs 00	Gid./Satış	Artış	Oca.-May. 00
Brüt Satış	157.055	166.280		%6	727.437
İndirimler	(672)	(691)		%3	(8.019)
Net Satış	156.383	165.590	%100,0	%6	719.418
Satılan Malın Maliyeti	(127.696)	(136.432)	%82,4	%7	(588.342)
Brüt Satış Karı / (Zararı)	28.687	29.158	%17,6	%2	131.076
Ambalaj Malzemesi Gideri	(1.253)	(944)	%0,6	(%25)	(4.780)
Personel Gideri	(7.396)	(7.033)	%4,2	(%5)	(38.289)
Elektrik ve Su Gideri	(1.835)	(1.534)	%0,9	(%16)	(9.186)
Araç Gideri	0	0	-	-	0
Sigorta Gideri	(97)	(97)	%0,1	-	(486)
Bakım-Onarım Giderleri	(2.286)	(557)	%0,3	(%76)	(4.511)
Temizlik Gideri	(553)	(757)	%0,5	%37	(3.243)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(1.239)	(1.211)	%0,7	(%2)	(2.597)
Reklam-Tanıtım Gideri	(79)	(158)	%0,1	%100	(894)
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Satış Komisyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(303)	(300)	%0,2	(%1)	(1.384)
Güvenlik Gideri	(430)	(215)	%0,1	(%50)	(1.935)
Kira Gideri	(2.346)	(2.494)	%1,5	%6	(10.877)
Şehirli Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(1.060)	(1.033)	%0,6	(%3)	(2.103)
Diğer Giderler	(480)	(176)	%0,1	(%63)	(2.626)
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(19.357)	(16.509)	%10,0	(%15)	(82.911)
FAALİYET KARI / (ZARARI)	9.329	12.649	%7,6	%36	48.164
Depo Giderleri Payı	(2.113)	(1.849)	%1,1	(%12)	(14.473)
Genel Yönetim Giderleri Payı	(1.064)	(2.657)	%1,6	%150	(13.535)
TOPLAM DAĞITIM	(3.177)	(4.506)	%2,7	%42	(28.008)
DAĞITIM SONRASI KAR / (ZARAR)	6.152	8.143	%4,9	%32	20.157

SİNOP	Nisan 00	Mayıs 00	Gid./Satış	Artış	Oca.-May. 00
Brüt Satış	89.103	95.369		%7	424.415
İndirimler	(213)	(358)		%69	(1.302)
Net Satış	88.891	95.010	%100,0	%7	423.113
Satılan Malın Maliyeti	(72.095)	(77.433)	%81,5	%7	(344.269)
Brüt Satış Karı / (Zararı)	16.796	17.577	%18,5	%5	78.844
Ambalaj Malzemesi Gideri	(416)	(448)	%0,5	%8	(1.867)
Personel Gideri	(4.305)	(3.945)	%4,2	(%8)	(20.693)
Elektrik ve Su Gideri	(319)	(268)	%0,3	(%16)	(1.877)
Araç Gideri	0	0	-	-	0
Sigorta Gideri	(17)	(17)	%0,0	-	(84)
Bakım-Onarım Giderleri	(2.205)	0	-	-	(2.741)
Temizlik Gideri	(55)	(178)	%0,2	%224	(1.005)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(1.084)	(1.974)	%2,1	%82	(3.865)
Reklam-Tanıtım Gideri	(3)	(65)	%0,1	%2067	(572)
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Satış Komisyon Gideri	0	0	-	-	0
Haberleşme Gideri	(284)	(265)	%0,3	(%7)	(1.660)
Güvenlik Gideri	0	0	-	-	0
Kira Gideri	(325)	(325)	%0,3	-	(1.625)
Şehirçi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(17)	(25)	%0,0	%47	(98)
Diğer Giderler	(270)	(149)	%0,2	(%45)	(580)
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(9.300)	(7.659)	%8,1	(%18)	(36.667)
FAALİYET KARI / (ZARARI)	7.496	9.919	%10,4	%32	42.177
Depo Giderleri Payı	(961)	(810)	%0,9	(%16)	(6.622)
Genel Yönetim Giderleri Payı	(484)	(1.220)	%1,3	%152	(6.194)
TOPLAM DAĞITIM	(1.444)	(2.030)	%2,1	%41	(12.816)
DAĞITIM SONRASI KAR / (ZARAR)	6.051	7.889	%8,3	%30	29.361

TRABZON	Nisan 00	Mayıs 00	Gid./Satış	Artış	Oca.-May. 00
Brüt Satış	219.752	230.697		%5	1.252.516
İndirimler	(2.532)	(5.525)		%118	(15.463)
Net Satış	217.219	225.172	%100,0	%4	1.237.053
Satılan Malın Maliyeti	(182.279)	(193.659)	%86,0	%6	(1.043.283)
Brüt Satış Karı / (Zararı)	34.940	31.514	%14,0	(%10)	193.770
Ambalaj Malzemesi Gideri	(1.174)	(933)	%0,4	(%21)	(5.333)
Personel Gideri	(8.037)	(7.790)	%3,5	(%3)	(42.460)
Elektrik ve Su Gideri	(1.475)	(1.398)	%0,6	(%5)	(8.700)
Araç Gideri	0	0	-	-	0
Sigorta Gideri	(175)	(175)	%0,1	-	(874)
Bakım-Onarım Giderleri	(696)	(217)	%0,1	(%69)	(3.086)
Temizlik Gideri	(533)	(517)	%0,2	(%3)	(2.241)
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(1.624)	(2.579)	%1,1	%59	(5.375)
Reklam-Tanıtım Gideri	(43)	(200)	%0,1	%365	(1.499)
Vizyon Gideri	0	0	-	-	0
Satış Komisyon Gideri	0	(2)	%0,0	-	(2)
Haberleşme Gideri	(398)	(569)	%0,3	%43	(2.538)
Güvenlik Gideri	(378)	(366)	%0,2	(%3)	(1.559)
Kira Gideri	(1.413)	(1.413)	%0,6	-	(7.065)
Şehirçi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(116)	(58)	%0,0	(%50)	(223)
Diğer Giderler	(503)	(385)	%0,2	(%23)	(1.914)
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(16.565)	(16.602)	%7,4	%0	(82.869)
FAALİYET KARI / (ZARARI)	18.375	14.912	%6,8	(%19)	110.901
Depo Giderleri Payı	(2.740)	(2.355)	%1,0	(%14)	(21.674)
Genel Yönetim Giderleri Payı	(1.380)	(3.430)	%1,5	%149	(20.509)
TOPLAM DAĞITIM	(4.120)	(5.785)	%2,6	%40	(42.184)
DAĞITIM SONRASI KAR / (ZARAR)	14.255	9.127	%4,1	(%36)	68.717

DEPOLAR	Nisan 00	Gld./Tp.Gld.	Mayıs 00	Gld./Tp.Gld.	Nisan 00	Mayıs 00
Satış Fiyatlı Çıkış	6.645.238		7.740.319		Gider / Satış Fiyatlı Çıkış	
Ambalaj Malzemesi Gideri	(19)	%0,0	(1.214)	%0,9	%0,00	%0,02
Personel Gideri	(47.537)	%35,0	(44.715)	%31,8	%0,72	%0,58
Elektrik ve Su Gideri	(3.220)	%2,4	(3.831)	%2,7	%0,05	%0,05
Araç Gideri	(102)	%0,1	(58)	%0,0	%0,00	%0,00
Sigorta Gideri	(1.883)	%1,4	(1.308)	%0,9	%0,03	%0,02
Bakım-Onarım Giderleri	(3.974)	%2,9	(4.925)	%3,5	%0,06	%0,06
Temizlik Gideri	(2.709)	%2,0	(2.975)	%2,1	%0,04	%0,04
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(24.171)	%17,8	(10.814)	%7,7	%0,36	%0,14
Reklam-Tanıtım Gideri	0	-	(352)	%0,3	%0,00	%0,00
Vizyon Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00
Satış Komisyon Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00
Haberleşme Gideri	(2.610)	%1,9	(4.639)	%3,3	%0,04	%0,06
Güvenlik Gideri	(1.738)	%1,3	(1.873)	%1,2	%0,03	%0,02
Kira Gideri	(31.225)	%23,0	(20.340)	%14,4	%0,47	%0,26
Şehir içi Ulaşım ve Seyahat Giderleri	(1.316)	%1,0	(14)	%0,0	%0,02	%0,00
Diğer Giderler	(1.818)	%1,3	(1.554)	%1,1	%0,03	%0,02
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(122.322)	%90,0	(98.412)	%69,9	%1,84	%1,27
Genel Yönetim Giderleri Payı	(13.643)	%10,0	(42.360)	%30	%0,21	%0,55
TOPLAM DAĞITIM	(13.643)	10	(42.360)	%30	%0,21	%0,55
DAĞITIM SONRASI GENEL TOPLAM	(135.964)	100	(140.772)	%100	%2,05	%1,82

ADANA DEPO		Nisan 00	Gid./Tp.Gid.	Mayıs 00	Gid./Tp.Gid.	Nisan 00	Mayıs 00
Satış Fiyatlı Çıkış		801.330		827.696		Gider / Satış Fiyatlı Çıkış	
Ambalaj Malzemesi Gideri	0	-	(596)	%3,2	%0,00	%0,07	
Personel Gideri	(5.508)	%33,0	(4.661)	%24,7	%0,69	%0,56	
Elektrik ve Su Gideri	(413)	%2,5	(542)	%2,9	%0,05	%0,07	
Araç Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00	
Sigorta Gideri	(231)	%1,4	(231)	%1,2	%0,03	%0,03	
Bakım-Onarım Giderleri	(290)	%1,7	(653)	%3,5	%0,04	%0,08	
Temizlik Gideri	(321)	%1,9	(260)	%1,4	%0,04	%0,03	
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(1.769)	%10,6	(1.601)	%8,5	%0,22	%0,19	
Reklam-Tanıtım Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00	
Vizyon Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00	
Satış Komisyon Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00	
Haberleşme Gideri	(515)	%3,1	(596)	%3,2	%0,06	%0,07	
Güvenlik Gideri	(753)	%4,5	(753)	%4,0	%0,09	%0,09	
Kira Gideri	(2.083)	%12,5	(2.083)	%11,0	%0,26	%0,25	
Şehirçi Ulaşım ve Seyehat Giderleri	0	-	(5)	%0,0	%0,00	%0,00	
Diğer Giderler	(87)	%0,5	(114)	%0,6	%0,01	%0,01	
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(11.970)	%71,7	(12.095)	%64,1	%1,49	%1,46	
Genel Yönetim Giderleri Payı	(4.718)	%28	(6.780)	%36	%0,59	%0,82	
TOPLAM DAĞITIM	(4.718)	%28	(6.780)	%36	%0,59	%0,82	
DAĞITIM SONRASI GENEL TOPL	(16.688)	%100	(18.874)	%100	%2,08	%2,28	

ANKARA DEPO		Nisan 00	Gid./Tp.Gid.	Mayıs 00	Gid./Tp.Gid.	Nisan 00	Mayıs 00
Satış Fiyatlı Çıkış		2.098.002		2.400.099		Gider / Satış Fiyatlı Çıkış	
Ambalaj Malzemesi Gideri	(17)	%0,1	(616)	%1,7	%0,00	%0,03	
Personel Gideri	(14.439)	%44,1	(14.724)	%40,8	%0,69	%0,61	
Elektrik ve Su Gideri	(1.282)	%3,9	(612)	%1,7	%0,06	%0,03	
Araç Gideri	(77)	%0,2	(25)	%0,1	%0,00	%0,00	
Sigorta Gideri	(376)	%1,1	(441)	%1,2	%0,02	%0,02	
Bakım-Onarım Giderleri	(1.677)	%5,1	(2.650)	%7,4	%0,08	%0,11	
Temizlik Gideri	(501)	%1,5	(513)	%1,4	%0,02	%0,02	
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(5.363)	%16,4	(4.768)	%13,2	%0,26	%0,20	
Reklam-Tanıtım Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00	
Vizyon Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00	
Satış Komisyon Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00	
Haberleşme Gideri	(748)	%2,3	(848)	%2,4	%0,04	%0,04	
Güvenlik Gideri	0	-	0	-	%0,00	%0,00	
Kira Gideri	(2.824)	%8,6	(2.824)	%7,8	%0,13	%0,12	
Şehirçi Ulaşım ve Seyehat Giderleri	(739)	%2,3	(3)	%0,0	%0,04	%0,00	
Diğer Giderler	(694)	%2,1	(567)	%1,6	%0,03	%0,02	
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİD.	(28.737)	%87,8	(28.591)	%79,3	%1,37	%1,19	
Genel Yönetim Giderleri Payı	(4.010)	%12	(7.460)	%21	%0,19	%0,31	
TOPLAM DAĞITIM	(4.010)	%12	(7.460)	%21	%0,19	%0,31	
DAĞITIM SONRASI GENEL TOPL	(32.748)	%100	(36.051)	%100	%1,56	%1,50	

İSTANBUL DEPO	Nisan 00	Gid./Tp.Gid.	Mayıs 00	Gid./Tp.Gid.
Satış Fiyatlı Çıkış	3.113.707		3.473.243	
Ambalaj Malzemesi Gideri	0	-	0	-
Personel Gideri	(21.223)	%33,6	(19.822)	%33,3
Elektrik ve Su Gideri	(1.223)	%1,9	(1.734)	%2,9
Araç Gideri	0	-	0	-
Sigorta Gideri	(1.099)	%1,7	(401)	%0,7
Bakım-Onarım Giderleri	(210)	%0,3	(1.056)	%1,8
Temizlik Gideri	(1.880)	%3,0	(2.198)	%3,7
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(13.922)	%22,0	(3.277)	%5,5
Reklam-Tanıtım Gideri	0	-	0	-
Vizyon Gideri	0	-	0	-
Satış Komisyon Gideri	0	-	0	-
Haberleşme Gideri	(1.076)	%1,7	(2.731)	%4,6
Güvenlik Gideri	(985)	%1,6	(920)	%1,5
Kira Gideri	(17.413)	%27,6	(9.552)	%16,0
Şehirçi Ulaşım ve Seyehat Giderleri	(410)	%0,6	0	-
Diğer Giderler	(954)	%1,5	(733)	%1,2
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİDİ	(60.395)	%95,8	(42.424)	%71,2
Genel Yönetim Giderleri Payı	(2.752)	%4	(17.158)	%29
TOPLAM DAĞITIM	(2.752)	%4	(17.158)	%29
DAĞITIM SONRASI GENEL TOPL	(63.147)	%100	(59.582)	%100

Nisan 00	Mayıs 00
Gider / Satış Fiyatlı Çıkış	
%0,00	%0,00
%0,68	%0,57
%0,04	%0,05
%0,00	%0,00
%0,04	%0,01
%0,01	%0,03
%0,06	%0,06
%0,45	%0,09
%0,00	%0,00
%0,00	%0,00
%0,03	%0,08
%0,03	%0,03
%0,56	%0,28
%0,01	%0,00
%0,03	%0,02
%1,94	%1,22
%0,09	%0,49
%0,09	%0,49
%2,03	%1,72

İZMİR DEPO	Nisan 00	Gid./Tp.Gid.	Mayıs 00	Gid./Tp.Gid.
Satış Fiyatlı Çıkış	632.199		1.039.292	
Ambalaj Malzemesi Gideri	(2)	%0,0	(2)	%0,0
Personel Gideri	(6.366)	%27,2	(5.509)	%21,0
Elektrik ve Su Gideri	(302)	%1,3	(943)	%3,6
Araç Gideri	(25)	%0,1	(33)	%0,1
Sigorta Gideri	(177)	%0,8	(235)	%0,9
Bakım-Onarım Giderleri	(1.797)	%7,7	(566)	%2,2
Temizlik Gideri	(7)	%0,0	(4)	%0,0
Satış Nakl. Yükleme Boşaltma Gid.	(3.117)	%13,3	(1.168)	%4,4
Reklam-Tanıtım Gideri	0	-	(352)	%1,3
Vizyon Gideri	0	-	0	-
Satış Komisyon Gideri	0	-	0	-
Haberleşme Gideri	(271)	%1,2	(464)	%1,8
Güvenlik Gideri	0	-	0	-
Kira Gideri	(8.905)	%38,1	(5.881)	%22,4
Şehirçi Ulaşım ve Seyehat Giderleri	(167)	%0,7	(6)	%0,0
Diğer Giderler	(83)	%0,4	(140)	%0,5
PAZARLAMA SATIŞ DAĞITIM GİDİ	(21.219)	%90,8	(15.303)	%58,3
Genel Yönetim Giderleri Payı	(2.162)	%9	(10.962)	%42
TOPLAM DAĞITIM	(2.162)	%9	(10.962)	%42
DAĞITIM SONRASI GENEL TOPL	(23.381)	%100	(26.264)	%100

Nisan 00	Mayıs 00
Gider / Satış Fiyatlı Çıkış	
%0,00	%0,00
%1,01	%0,53
%0,05	%0,09
%0,00	%0,00
%0,03	%0,02
%0,28	%0,05
%0,00	%0,00
%0,49	%0,11
%0,00	%0,03
%0,00	%0,00
%0,04	%0,04
%0,00	%0,00
%1,41	%0,57
%0,03	%0,00
%0,01	%0,01
%3,36	%1,47
%0,34	%1,05
%0,34	%1,05
%3,70	%2,53

MAĞAZA GİDERLERİNİN BİRİM m2 ve SATIŞ ORANLARI - Mayıs 2000

Milliyon TL

PAZARLAMA,SATIŞ ve DAĞITIM GİDERLERİ

Mağazalar	Nisan 00	Mayıs 00	Artış	Net m ²	Gld./m ²	Mağazalar	Mayıs Satış	Gld./Satış
1 Bodrum Marina	(4.638)	(10.882)	%136	145	75,050	1 Ankara Altındağ	31.952	%31,3
2 Ankara Bahçelievler	(32.346)	(31.879)	(%)1	450	70,842	2 İstanbul İdealtepe	159.431	%28,8
3 İstanbul Ataşehir	(24.336)	(26.368)	%8	408	64,627	3 Ankara Akay	40.622	%28,1
4 Ankara Akay	(5.742)	(11.428)	%99	236	48,422	4 İstanbul Ümraniye	121.508	%25,8
5 Ankara Altındağ	(6.926)	(10.008)	%44	210	47,657	5 İstanbul Pendik	64.134	%24,9
6 İstanbul Bahçelievler	(22.791)	(20.223)	(%)11	450	44,939	6 İstanbul Bayrampaşa	189.436	%23,0
7 Ankara Etilik	(8.021)	(9.209)	%15	206	44,705	7 İstanbul Acıbadem	217.038	%22,5
8 Ankara Cebeci	(12.694)	(12.606)	(%)1	297	42,444	8 Balıkesir	56.654	%20,3
9 İstanbul Küçüköy Çarşı	(17.281)	(18.902)	%9	523	36,141	9 İstanbul Güngören	72.444	%20,2
10 Ankara Çankaya	(9.206)	(8.835)	(%)4	250	35,339	10 Ankara Etilik	46.253	%19,9
11 Ankara Topraklık	(6.287)	(7.171)	%14	203	35,327	11 İstanbul Kadıköy Çarşı	96.341	%19,6
12 İstanbul İdealtepe	(46.745)	(45.862)	(%)2	1.336	34,328	12 Balıkesir Bandırma	163.263	%19,3
13 Ankara Küçükkesat	(10.606)	(11.265)	%6	338	33,330	13 Bodrum Yalıkavak	99.062	%17,5
14 İstanbul Sarıyer	(18.311)	(18.386)	%0	580	31,701	14 İstanbul Adatepe	101.462	%17,2
15 İstanbul Şişli	(31.285)	(27.385)	(%)12	884	30,979	15 Bodrum Marina	64.320	%16,9
16 İstanbul Küçüköy	(27.199)	(28.608)	%5	939	30,466	16 Antakya	168.045	%16,3
17 İstanbul Pendik	(17.923)	(15.976)	(%)9	560	28,528	17 İstanbul Küçüköy	179.515	%15,9
18 Sinop	(9.300)	(7.659)	(%)18	300	25,529	18 İstanbul Zeytinburnu	259.435	%15,7
19 Ankara Yeni Mahalle	(6.316)	(5.622)	(%)11	226	24,877	19 İstanbul Şişli	175.809	%15,6
20 Adapazarı	(33.263)	(31.248)	(%)6	1.260	24,800	20 İstanbul Bahçelievler	130.173	%15,5
21 Bodrum Merkez	(30.556)	(46.432)	%52	1.890	24,567	21 Gaziantep Sangıllık	180.345	%15,3
22 Kırıkkale Şube	(7.786)	(5.367)	(%)31	220	24,395	22 İzmit merkez	127.494	%15,3
23 Ordu	(33.517)	(26.514)	(%)21	1.092	24,280	23 Ankara Küçükkesat	75.757	%14,9
24 İstanbul Selimiye	(23.560)	(22.451)	(%)5	938	23,935	24 Ankara Topraklık	49.423	%14,5
25 İstanbul Ümraniye	(25.318)	(31.348)	%24	1.317	23,803	25 Rize	118.251	%14,4
26 İstanbul Acıbadem	(53.801)	(48.873)	(%)9	2.063	23,690	26 Bodrum Merkez	322.058	%14,4
27 İstanbul Güngören	(14.876)	(14.605)	(%)2	641	22,784	27 Mersin-Tarsus	125.881	%14,4
28 Edirne	(21.338)	(23.151)	%8	1.026	22,565	28 Bodrum Turgut Reis	143.595	%14,2
29 Balıkesir	(7.719)	(11.495)	%49	525	21,895	29 Kayseri	21.895	%14,1
30 İzmit Kozluk	(6.031)	(5.180)	(%)14	240	21,584	30 Ankara Yeni Mahalle	39.964	%14,1
31 Balıkesir Bandırma	(33.191)	(31.535)	(%)5	1.575	20,022	31 Malatya	166.496	%13,7
32 Bolu - Düzce	(32.693)	(21.348)	(%)35	1.070	19,951	32 Aydın Didim	157.579	%13,3
33 Kırıkkale Çarşı	(6.340)	(5.992)	(%)5	301	19,908	33 Mersin Göçmen	129.977	%13,1
34 İstanbul Adatepe	(7.895)	(17.412)	%126	900	19,347	34 Ankara Etimesgut	58.048	%13,1
35 İskenderun	(16.152)	(17.544)	%9	920	19,070	35 İzmit Kozluk	40.394	%12,8
36 Aydın	(26.688)	(22.290)	(%)16	1.200	18,575	36 İskenderun	138.189	%12,7
37 Ankara Dikmen Merkez	(28.537)	(21.185)	(%)26	1.175	18,038	37 Bolu - Düzce	169.801	%12,6
38 İzmit merkez	(19.467)	(19.463)	(%)0	1.115	17,455	38 Ankara Bahçelievler	255.325	%12,5
39 Samsun Atakum	(19.357)	(18.509)	(%)15	959	17,215	39 Aydın	179.071	%12,4
40 Ankara Kızılay	(66.840)	(60.877)	(%)9	3.595	16,878	40 Ankara Kızılay	500.756	%12,1
41 Bodrum Yalıkavak	(13.486)	(17.384)	%29	1.070	16,247	41 Balıkesir Akçay	158.145	%11,8
42 Mersin-Tarsus	(18.516)	(18.109)	(%)2	1.124	16,111	42 Ankara Çankaya	75.803	%11,7
43 Bodrum Turgut Reis	(12.940)	(20.363)	%57	1.300	15,664	43 Van	104.862	%11,5
44 Gaziantep Sangıllık	(20.875)	(27.674)	%33	1.810	15,290	44 İstanbul Ataşehir	230.558	%11,4
45 Zonguldak	(19.231)	(15.583)	(%)19	1.036	15,042	45 Diyarbakır	66.746	%10,9
46 İstanbul Bayrampaşa	(77.453)	(43.487)	(%)44	2.895	15,021	46 Aksaray	68.635	%10,5
47 Trabzon	(16.565)	(16.602)	%0	1.120	14,823	47 Karabük	54.125	%10,4
48 İstanbul Zeytinburnu	(54.181)	(40.709)	(%)26	2.757	14,768	48 Samsun	156.914	%10,4
49 Antakya	(24.573)	(27.463)	%12	1.861	14,757	49 Edirne	222.955	%10,4
50 Malatya	(20.256)	(22.821)	%13	1.652	13,814	50 Ankara Cebeci	122.375	%10,3
51 Aydın Didim	(16.586)	(20.967)	%26	1.538	13,632	51 İstanbul Sarıyer	181.671	%10,1
52 İstanbul Mecidiyeköy	(44.732)	(40.217)	(%)10	3.116	12,907	52 Kırıkkale Merkez	115.975	%10,0
53 Samsun	(18.134)	(16.320)	(%)10	1.275	12,800	53 Bursa	222.568	%10,0
54 Ankara Etimesgut	(8.138)	(7.586)	(%)7	600	12,644	54 Samsun Atakum	165.590	%10,0
55 Kayseri	(22.638)	(23.199)	%2	1.859	12,479	55 Kırıkkale Çarşı	62.393	%9,6
56 Rize	(37.402)	(17.051)	(%)54	1.416	12,042	56 İstanbul Selimiye	240.863	%9,3
57 Kırıkkale Merkez	(11.424)	(11.626)	%2	979	11,876	57 Ordu	292.326	%9,1
58 Balıkesir Akçay	(17.340)	(18.591)	%7	1.570	11,842	58 Adapazarı	354.168	%8,8
59 Van	(12.807)	(12.017)	(%)6	1.035	11,610	59 Sinop	95.010	%8,1
60 Bursa	(24.129)	(22.299)	(%)8	2.247	9,924	60 Ankara Dikmen Merkez	268.112	%7,9
61 Karabük	(7.198)	(5.645)	(%)22	570	9,904	61 Kırıkkale Şube	72.697	%7,4
62 Mersin Göçmen	(16.781)	(17.016)	%1	1.741	9,773	62 Trabzon	225.172	%7,4
63 Diyarbakır	(7.612)	(7.294)	(%)4	773	9,436	63 Zonguldak	280.034	%6,6
64 Aksaray	(7.176)	(7.202)	%0	840	8,573	64 Ankara Ulus	143.987	%6,6
65 Fethiye	0	(9.284)	-	1.370	6,777	65 Fethiye	0	-
66 Ankara Ulus	(15.922)	(5.173)	(%)68	940	5,503	66 İstanbul Mecidiyeköy	0	-
TOPLAM	(1.378.473)	(1.320.683)	(%)4	71.067	18.586	TOPLAM	9.561.754	%13,8
Kapanan Mağazalar	(5.970)	0	-	633	0,000	Kapanan Mağazalar	0	-
GENEL TOPLAM	(1.384.443)	(1.320.683)	(%)5	71.690	18,421	GENEL TOPLAM	9.561.754	%13,8

Dağıtımlar (Depo gld.payı, Genel yönetim gld.payı) dikkate alınmamıştır.

Aus hesap rakıyeleri

ISTANBUL

Hsp.no.	Tanımı	IA	Bakiye devri	Önceki ay.bky.	Rpl.dnm.borcu	Rpl.dnm.alacağı	Top.borç bky.	Top.alacak bky
0100****	TRL	***	861.312.300.710	0	98.155.257.337.842	97.858.956.349.074	1.157.613.289.478	
0101****	TRL	***	77.969.195.200	0	1.954.254.614.322	2.019.910.809.522	12.313.000.000	
0102****	TRL	***	831.140.947.494	0	1021185236.093.840	1021711352.490.420	285.024.550.914	
0103****	TRL	***	207.402.561.467	0	194733.500.264.777	196206.109.072.198	1.682.011.368.888	
0108****	TRL	***	10312022.354.603	0	207440.555.267.004	202100.112.490.005	15652.465.131.602	
0112****	TRL	***	3000.000.000.000	0	218625.907.639.286	221625.907.639.286	0	
0120****	TRL	***	9302.353.758.931	0	70.815.327.796.344	70.048.363.963.050	10069.317.592.225	
0122****	TRL	***	1.425.036.157	0	1.425.036.157	331.958.986	331.958.986	
0126****	TRL	***	9.181.765.000	0	52.416.121.500	202.120.000	61.395.766.500	
0127****	TRL	***	3.052.758.155	0	143.243.867.374	54.683.391.994	91.613.233.535	
0128****	TRL	***	28.010.616.014	0	643.283.743.805	14.757.004.538	656.537.355.281	
0129****	TRL	***	24.825.762.980	0	5.116.142.166	632.187.472.316	651.897.093.130	
0132****	TRL	***	0	0	659.750.000	659.750.000	0	
0135****	TRL	***	45.455.876.317	0	323.299.169.561	283.036.542.409	85.718.503.469	
0136****	TRL	***	0	0	53.398.323	53.398.323	0	
0150****	TRL	***	590.918.849.140	0	7.728.798.687.479	7.821.343.672.902	498.375.863.717	
0153****	TRL	***	18506369.677.974	0	320136.318.842.511	330773.356.956.965	7.869.331.563.520	
0154****	TRL	***	0	0	272168.667.901.921	236496.718.843.142	35671.949.058.779	
0155****	TRL	***	0	0	215713.614.742.231	215713.614.742.231	0	
0157****	TRL	***	0	0	38.331.140.114	38.331.140.114	0	
0180****	TRL	***	9298.419.393.749	0	28.095.930.124.364	26.979.863.364.442	10414.486.153.671	
0181****	TRL	***	32.421.639.344	0	0	32.421.639.344	0	
0190****	TRL	***	505.754.258.208	0	1.392.038.876.644	1.443.029.169.359	454.763.965.493	
0191****	TRL	***	3169.239.332.618	0	32.060.932.535.436	30.356.984.815.937	4.873.187.052.117	
0192****	TRL	***	60.901.847.965	0	501.253.578	336.534.998	61.066.566.545	
0193****	TRL	***	1169.007.964.724	0	42.212.769.162	1.173.209.551.079	38.011.182.807	
0195****	TRL	***	10.445.451.326	0	331.064.776.303	292.100.442.466	49.409.785.163	
0196****	TRL	***	19.905.748.877	0	170.878.110.463	151.948.877.137	38.834.982.203	

Sirket Kodu	GMA	Ulusal PB	TRL	Top.alacak bky		
Bky.davir dönemleri	00-00 2001	Raporlama dönemleri	01-09 2001			
Hsp.no.	Tanımı	Bakiye devri	Önceki ay.bky.	Rpl.dnm.borcu		
PB	IA			Rpl.dnm.alacağı		
0611*****	TRL	0	0	659.440.649	15.642.938	643.797.711
0612*****	TRL	0	0	6.056.386.152.725	1.356.632.177.046	4.699.753.975.679
0621*****	TRL	0	0	262070.716.897.020	53.224.517.728.369	208846199.168.651
0640*****	TRL	0	0	0	679.750.000	679.750.000
0642*****	TRL	0	0	33.538.680.073	3.127.788.610.481	3.094.249.930.408
0644*****	TRL	0	0	3.000.000.000	5.116.142.166	2.116.142.166
0646*****	TRL	0	0	391.743.290	616.258.274.925	615.866.531.635
0647*****	TRL	0	0	0	1.425.036.157	1.425.036.157
0649*****	TRL	0	0	413.230.496.889	2.539.038.562.145	2.125.808.065.256
0654*****	TRL	0	0	632.861.272.502	10.246.228.936	622.615.043.566
0656*****	TRL	0	0	133.012.934.726	32.239.461	132.980.695.265
0657*****	TRL	0	0	331.958.986	0	331.958.986
0671*****	TRL	0	0	0	808.440.000	808.440.000
0679*****	TRL	0	0	201.120.203.064	234.092.621.986	32.972.418.922
0681*****	TRL	0	0	62.247.458.000	28.080.000.000	34.167.458.000
0689*****	TRL	0	0	52.015.696.984	16.841.180.574	35.174.516.410
0760*****	TRL	0	0	28.379.678.187.476	2.712.308.011.614	25667.370.175.862
0770*****	TRL	0	0	13.798.619.889.781	2.292.580.398.430	11506.039.491.351
0780*****	TRL	0	0	41.001.278.525.630	4.378.323.860.334	36622.954.665.296
0900*****	TRL	10590098.607.245	0	16.059.772.209.984	9.988.398.189.242	16661.472.627.987
0910*****	TRL	10590098.607.245	0	40.881.273.193.012	46.952.647.213.754	16661.472.627.987
*****	TRL	0	0	4851226011.972.009	4851226011.972.009	0

(Genel Kurul'a Sunulacak Olan)
GİMA GIDA VE İHTİYAÇ MADDELERİ TÜRK A.Ş.
31.12.2001 VE 2000 TARİHLİ AYRINTILI BİLANÇOLARI
(Milyon TL.)

AKTİF (VARLIKLAR)

	CARİ DÖNEM		ÖNCEKİ DÖNEM	
	1 OCAK - 31.12.2001		1 OCAK - 31.12.2000	
I- DÖNEN VARLIKLAR		81.821.282		54.600.014
A- Hazır Değerler		9.720.717		14.839.268
1. Kasa	1.114.855		861.312	
2. Bankalar	8.309.248		12.645.687	
3. Diğer Hazır Değerler	296.614		1.332.289	
B- Kısa Vadeli Ticari Alacaklar		15.140.685		9.384.543
1. Alıcılar	14.751.616		9.311.673	
2. Alacak Senetleri	228.178		58.676	
3. Verilen Depozito ve Teminatlar	61.320		9.182	
4. Diğer Kısa Vadeli Ticari Alacaklar	324.236		31.063	
5. Alacak Reeskontu (-)	-19.069		-1.425	
6. Şüpheli Alacaklar Karşılığı (-)	-205.596		-24.826	
C- Diğer Kısa Vadeli Alacaklar		137.600		75.807
1. Kısa Vadeli Diğer Alacaklar	137.600		75.807	
D- Stoklar		41.822.745		19.097.289
1. Emtila	39.887.054		18.506.370	
2. Diğer Stoklar	630.373		590.919	
3. Verilen Sipariş Avansları	1.305.318		0	
E- Diğer Dönen Varlıklar		14.999.535		11.203.107
II- DURAN VARLIKLAR		78.961.214		40.679.928
A- Uzun Vadeli Ticari Alacaklar		76.029		54.643
1. Verilen Depozito ve Teminatlar	76.029		54.643	
B- Finansal Duran Varlıklar		12.419.312		11.983.027
1. Bağılı Menkul Kıymetler	121.048		1.362	
2. İştirakler	30.050		30.050	
3. Bağılı Ortaklıklar	12.268.214		11.951.615	
C- Maddi Duran Varlıklar		14.270.148		9.578.244
1. Arazi ve Arsalar	1.793		1.793	
2. Binalar	63.067		63.067	
3. Makine , Tesis ve Cihazlar	12.289.634		7.051.450	
4. Taahhüt Araç ve Gereçleri	169.772		224.533	
5. Döşeme ve Demirbaşlar	4.909.567		3.724.683	
6. Birikmiş Amortismanlar (-)	-3.845.871		-2.205.231	
7. Yapılmakta Olan Yatırımlar	682.186		717.949	
D. Maddi Olmayan Duran Varlıklar		25.874.427		13.818.461
1. Kuruluş ve Teşkilatlanma Gid.	22.437.486		12.017.004	
2. Haklar	77.362		62.486	
3. Diğer Maddi Olmayan Dur. Varl.	3.347.665		303.845	
4. Verilen Avanslar	11.914		1.435.126	
E- Diğer Duran Varlıklar		26.321.298		5.245.553
AKTİF (VARLIKLAR) TOPLAMI		160.782.496		95.279.942

(Genel Kurul'a Sunulacak Olan)
GİMA GIDA VE İHTİYAÇ MADDELERİ TÜRK A.Ş.
31.12.2001 VE 2000 TARİHLİ AYRINTILI BİLANÇOLARI
(Milyon TL.)

PASİF (KAYNAKLAR)

	CARİ DÖNEM		ÖNCEKİ DÖNEM	
	31.12.2001		31.12.2000	
I- KISA VADELİ BORÇLAR		127.531.969		62.477.550
A- Finansal Borçlar	40.168.210		20.200.676	
1. Banka Kredileri	36.451.482		13.382.635	
2. Uzun Vadeli Kredi Anapara Taksitleri ve Faizleri	2.116.728		6.818.041	
3. Diğer Finansal Borçlar	1.600.000		0	
B- Ticari Borçlar	84.458.349		40.863.088	
1. Satıcılar	84.213.682		40.668.188	
2. Borç Senetleri	40.000		0	
3. Alınan Depozito ve Teminatlar	204.859		194.860	
4. Diğer Ticari Borçlar	40		40	
5. Borç Reeskontu (-)	-232		0	
C- Diğer Kısa Vadeli Borçlar	2.240.020		1.376.732	
1. Ortaklara Borçlar	2		2	
2. Ödenecek Giderler	1.291.895		470.360	
3. Ödenecek Vergi Harç ve Diğer Kesintiler	858.211		823.884	
4. Ert. Ve Taksitli Bağlı. Dev. Al.	60.880		60.880	
5. Kısa Vadeli Diğer Borçlar	29.032		21.606	
D- Alınan Sipariş Avansları	166.951		0	
E- Borç ve Gider Karşılıkları	498.439		37.054	
1. Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	498.439		37.054	
II- UZUN VADELİ BORÇLAR		33.925.549		10.132.271
A- Finansal Borçlar	3.243.367		2.602.889	
1. Banka Kredileri	3.243.367		2.602.889	
B- Ticari Borçlar	26.321.298		5.245.553	
1. Satıcılar	26.321.298		5.245.553	
C- Borç ve Gider Karşılıkları	4.360.884		2.283.829	
1. Kıdem Tazminatı Karşılığı	4.360.884		2.283.829	
III- ÖZ SERMAYE		-675.022		22.670.121
A- Sermaye	25.000.000		25.000.000	
B- Sermaye Taahhütleri (-)	0		0	
C- Emisyon Primi	84.019		84.019	
D- Yeniden Değerleme Değer Artışı	1.477.104		1.516.835	
1. Duran Varlıklardaki Değer Artışı	1.477.092		1.516.823	
2. İştiraklerdeki Değer Artışı	12		12	
E- Yedekler	27.282		27.282	
1. Yasal Yedekler	631		631	
2. Özel Yedekler	23.516		23.516	
3. Olağanüstü Yedekler	3.135		3.135	
F- Net Dönem Karı				
G- Dönem Zararı	-23.305.412		-1.594.216	
H- Geçmiş Yıllar Zararları	-3.958.015		-2.363.799	
1. 1997 Yılı Zararı	-405.958		-405.958	
2. 1998 Yılı Zararı	-1.957.841		-1.957.841	
3. 2000 Yılı Zararı	-1.594.216		0	
PASİF (KAYNAKLAR) TOPLAMI		160.782.496		95.279.942

(Genel Kurul'a Sunulacak Olan)
GİMA GIDA VE İHTİYAÇ MADDELERİ TÜRK A.Ş.
01 OCAK-31 ARALIK 2001 VE 2000 HESAP DÖNEMLERİNE AIT
AYRINTILI GELİR TABLOLARI
(Milyon TL.)

	CARİ DÖNEM		ÖNCEKİ DÖNEM	
	1 OCAK - 31.12.2001		1 OCAK - 31.12.2000	
A- BRÜT SATIŞLAR		351.343.134		160.840.956
1. Yurt İçi Satışlar	339.182.122		156.171.746	
2. Diğer Satışlar	12.161.012		4.669.210	
B- SATIŞLARDAN İNDİRİMLER (-)		-13.697.232		-1.632.709
1. Satıştan İndirimler (-)	-3.569.527		-1.169.952	
2. Satış İskontoları (-)	-644		-131.194	
3. Diğer İndirimler (-)	-10.127.061		-331.563	
C- NET SATIŞLAR		337.645.902		159.208.247
D- SATIŞLARIN MALİYETİ (-)		-272.865.640		-127.493.290
BRÜT SATIŞ KARI		64.780.262		31.714.957
E- FAALİYET GİDERLERİ (-)		-61.695.265		-34.731.765
1. Pazarlama , Satış ve Dağıtım Giderleri (-)	-41.151.354		-22.447.808	
2. Genel Yönetim Giderleri (-)	-20.543.911		-12.283.957	
ESAS FAALİYET KARI / ZARARI		3.084.997		-3.016.808
F- DİĞER FAALİYETLERDEN GELİRLER VE KARLAR		6.902.597		10.162.443
1. İştiraklerden Temettü Gelirleri	853		495	
2. Faiz ve Diğer Temettü Gelirleri	3.155.264		8.636.665	
3. Faaliyetle İlgili Diğer Gelirler ve Karlar	3.746.480		1.525.283	
G DİĞER FAALİYETLERDEN GİDERLER VE ZARARLAR (-)		-939.736		-477.090
H- FİNANSMAN GİDERLERİ (-)		-32.397.585		-12.003.741
1. Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	-25.295.339		-9.866.516	
2. Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	-7.102.246		-2.137.225	
FAALİYET ZARARI		-23.349.727		-5.335.196
I- OLAĞANÜSTÜ GELİRLER VE KARLAR		117.065		4.135.954
1. Konusu Kalmayan Karşılıklar	14.239		1.889	
2. Önceki Dönem Gelir ve Karları	809		2.680	
3. Diğer Olağanüstü Gelirler ve Karlar	102.018		4.131.385	
J- OLAĞANÜSTÜ GİDERLER VE ZARARLAR (-)		-72.750		-394.974
1. Önceki Dönem Gider ve Zararları (-)	-34.167		-266.590	
2. Diğer Olağanüstü Gider ve Zararları (-)	-38.583		-128.384	
DÖNEM ZARARI		-23.305.412		-1.594.216
K- ÖDENECEK VERGİ VE DİĞER YASAL YÜKÜMLÜLÜKLER (-)		0		0
NET DÖNEM ZARARI		-23.305.412		-1.594.216

(Genel Kurul'a Sunulacak Olan)

GİMA GIDA VE İHTİYAÇ MADDELERİ TÜRK A.Ş.

01 OCAK-31 ARALIK 2001 VE 2000 HESAP DÖNEMLERİNE AIT

SATIŞLARIN MALİYETİ TABLOLARI

(Milyon TL.)

	CARİ DÖNEM		ÖNCEKİ DÖNEM	
	1 OCAK - 31.12.2001		1 OCAK - 31.12.2000	
ÜRETİM FAALİYETİ				
A- Dolaysız İlkmadde ve Malzeme Gideri.		0		0
B- Dolaysız İşçilik Giderleri		0		0
C- Genel Üretim Giderleri		0		0
ÜRETİLEN MAMUL MALİYETİ		0		0
D- Mamül Stoklarında Değişim		0		0
1. Dönem Başı Stok	0		0	
2. Dönem Sonu Stok (-)	0		0	
I- SATILAN MAMUL MALİYETİ		0		0
TİCARİ FAALİYET				
A- Dönem Başı Emtia Stoku (+)		18.506.370		10.190.232
B- Dönem İçi Alışlar (+)		294.246.324		135.809.428
C- Dönem Sonu Emtia Stoku (-)		-39.887.054		-18.506.370
II- SATILAN EMTİA MALİYETİ		272.865.640		127.493.290
III- SATILAN HİZMET MALİYETİ		0		0
SATIŞLARIN MALİYETİ (I + II + III)		272.865.640		127.493.290

Özgeçmiş

Serkan AKÇAY, 1971 yılında İstanbul'un Üsküdar ilçesinde doğdu. İlkokulu İstanbul, Ordu ve Diyarbakır'da tamamladı. Ortaokulu Ordu Merkez İlköğretim Okulunda 1985 ve Liseyi de Ordu Lisesi'nde 1988 yılında tamamladı. Aynı yıl başlamış olduğu, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümünden 1992 yılında mezun oldu. 1993 yılında K.T.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimine başladı. Aynı Enstitüde Şubat 1995-Şubat 1996 tarihleri arasında Araştırma Görevlisi olarak çalıştı. 1998 yılında askerlik görevini tamamladıktan sonra, Bursa'da Nergis Holding'e bağlı Polylen A.Ş.'de üç yıl Üretim Planlama Uzmanı olarak görev yaptı. Daha sonra, Şubat 2002 tarihinde K.T.Ü.'de İşletme Yüksek Lisans eğitimine devam etti. Ağustos 2003-Mart 2003 tarihleri arasında Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Araştırma Görevlisi olarak çalıştı.

AKÇAY, bekar olup, İngilizce bilmektedir.

**T.C. YÖRSEKİMERETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**