

Orman Ürünleri ve Mobilya Sektörü Finansal Analizi

Salih Aydın¹

Özet

Finansal analiz, finansal tablolarda yer alan tutarların bir takım tekniklerle analiz edilmesidir. Finansal tabloların analiz edilmesinde birçok teknik kullanılmaktadır. Bu çalışmada BIST İmalat-Orman Ürünleri ve Mobilya sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin finansal tabloları oran analizi yardımı ile analiz edilmiştir. 2018-2022 yılları çalışmaya dâhil edilmiş ve 5 işletmenin finansal tabloları incelenmiştir. Çalışmada, öncelikle finansal tablolar yıllar itibari ile düzenlenmiş, daha sonra oran analizi yapılırken kullanılan oran grupları oluşturulmuştur. Oran analizi; likidite, kaldıraç, faaliyet, karlılık ve büyüme oranları olmak üzere beş gruba ayrılmıştır. Şirketlerin finansal tabloları üzerinde oran analizi yapıldıktan sonra elde edilen değerler sektör ortalaması değerleri ile kıyaslanmıştır. Aynı zamanda çalışmada işletmeler arası kıyaslama da yapılmıştır. Finansal analizler sonucunda şirketlere yönelik değerlendirmeler yapılarak çalışma sonlandırılmıştır.

1. Giriş

Son yıllarda yaşanan toplumsal yapıdaki değişim ve gelişim orman ürünlerine olan talebi ciddi anlamda artırmıştır. Artan talep ile birlikte orman ürünlerinin üretimi, ihracatı ve ithalatı da nitelik ve nicelik anlamında değişime uğramıştır. Ortaya çıkan bu değişim orman ürünlerinin sektörel bazda ön plana çıkmasına neden olmuştur (Gökçe ve Akyıldız, 2010: 147).

Orman ürünleri sektörü, istihdam ve ekonomik kalkınmanın sağlanması açısından önem arz eden sektörlerden birisidir. Orman ürünleri işletmeleri üretimde önemli bir rol oynamakta ve ürünlerin büyük bir çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerde üretilmektedir. Orman ürünleri sektörü, sahip olduğu istihdam ve üretim gücüyle beraber imalat sanayisi içerisinde üç farklı sektörde faaliyetini sürdürmektedir. Bu imalat sektörleri; 2 ana ve 21 alt üretim grubundan oluşan ağaç ürünleri ve mantar imalatı sektörü, 2 ana ve 20 alt üretim grubundan oluşan kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı sektörü ve 4 ana ve 15 alt üretim grubundan oluşan mobilya imalatı sektörlerinden oluşmaktadır (Gedik vd., 2022: 340). Bu çalışmada orman ürünleri ve mobilya imalatı sektöründe faaliyette bulunan işletmelere ait finansal tablolar analiz edilmiştir.

Orman ürünleri, toplumun daha rahat yaşamasına imkân tanıyan farklı malzemelerden ve çeşitli formlarda üretilen ürünlerdir. Ülkemizde özellikle 1970'lerden sonra ivme kazanan mobilya endüstrisinde hızlı küreselleşme süreci ile bireylerin mobilyalarını daha sık değiştirme arzusu, günümüzde mobilya sektörünün moda sektörü haline gelmesinde etkili olmuştur. Mobilya endüstrisinde geniş bir ürün yelpazesi bulunmaktadır. Bu kapsamda mobilya sektörü Türkiye'de stratejik bir öneme sahiptir. Mobilya endüstrisinin hızla büyüdüğü, istihdam artışı sağladığı ve dış ticaret açığı vermeyen bir sektör olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu

1 Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Borçka Acarlar Meslek Yüksekokulu, salihaydin@artvin.edu.tr, 0000-0002-3817-1169.

sektörün ülke ekonomisine önemli katkılar sağladığı söylenebilir (Kavas ve Medetoğlu, 2033: 81-82).

Bu derece önemli bir sektör olarak görülen orman ürünleri ve mobilya sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin finansal tablolarının ayrıntılı bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada BIST’te işlem gören orman ürünleri ve mobilya sektörü işletmelerinin 2018-2022 yılları arasındaki finansal tabloları analiz edilmiştir. İşletmelerin analiz edilmesi sürecinde oran analizinden yararlanılmıştır. BIST’te 2023 yılı itibari ile orman ürünleri ve mobilya sektöründe 6 adet firma işlem görmektedir. Ancak Koleksiyon Mobilya Sanayi A.Ş. (KLSYN) isimli şirketin 2018-2019 ve 2020 yıllarına ait finansal tabloları Kamuyu Aydınlatma Platformunda yer almadığı için bu işletme analize dâhil edilmemiştir. Bu işletmenin dışında kalan Doğanlar Mobilya Grubu İmalat Sanayi ve Ticaret A.Ş. (DGNMO), Gentaş Dekoratif Yüzeyler Sanayi ve Ticaret A.Ş. (GENTS), Orma Orman Mahsulleri İntegre Sanayi ve Ticaret A.Ş. (ORMA), Sumaş Suni Tahta ve Mobilya Sanayi A.Ş. (SUMAS) ve Yonga Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş. (YONGA) şirketleri analize dâhil edilmiştir.

2. Türkiye’de ve Dünya’da Orman Ürünleri ve Mobilya Sektörü

Mobilya, insan anatomik yapısının gereği olarak girdiği çeşitli biçimlere hizmet amacıyla insan ölçüsüne uygun olarak tasarlanmış farklı fonksiyonları karşılayan nesnedir. Mobilya, yaşam şartlarını kolaylaştıran, mekâna düzen vermeyi sağlayan ve bulunduğu çevreyi kullanışlı hale getiren nesnelerin tümüne verilen addır. Dolayısıyla mobilya, bir mekânı tamamlayan önemli olgulardan biridir. Mobilya, oturulan yerlerin süslenmesi ve her türlü kullanım amaçları için donatılmasına yarayan yeri değiştirilebilen eşya olarak tanımlanmaktadır (Terece vd., 2020: 162).

Ticarete konu olan tüm ürünler için iki temel sınıflandırma sistemi kullanılmaktadır. Detaylı veriler için Armonize Mal Tanımı ve Kodlama Sistemi (The Harmonized Commodity Description and Coding Systems) kısaca Armonize Sistem kullanılırken, toplulaştırılmış veriler için ise Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırma (SITC Rev.3, Standart International Trade Classification) sistemi kullanılmaktadır.

Mobilya, Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırmaya (SITC) göre 821. ve 872.4. bölümlerde sınıflandırılmıştır. Mobilyanın SITC-Standart Uluslararası Ticari Sınıflandırılması aşağıda verilmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2021).

SITC Kodu – Ürün Tanımı

821.1 – Oturmaya mahsus mobilyalar (yatak haline getirilebilen türden olsun olmasın), bunların

aksam ve parçaları

821.2 – Yatak takımı eşyası ve benzeri eşya

821.3 – Metalden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)

821.5 – Ahşap mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)

821.7 – Diğer maddelerden mobilyalar (başka yerde sınıflandırılmayan)

821.8 – 821.3, 821.5 ve 821.7 grubundaki mobilyaların aksam ve parçaları

872.4 – Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları Kısa anlamda Armonize Sistem, geniş anlamda ise Gümrük Tarife İstatistik Pozisyon Kodları

(GTİP) esas alınarak oluşturulan Mobilya ürün tanımları aşağıda verilmektedir.

GTİP Kodu – Ürün Tanımı

9401- Oturmaya mahsus mobilyalar, bunların aksam ve parçaları

9402- Tıpta, cerrahide, diş hekimliğinde ve veterinerlikte kullanılan mobilyalar, bunların aksam ve parçaları

9403- Diğer mobilyalar, bunların aksam ve parçaları

9404- Somyalar, yatak takımı eşyası ve benzeri eşya

Dünya mobilya üretimi 2019 yılında 700 milyar \$'ı aşmıştır. Sektörün 2030 yılına kadar yıllık ortalama %6,3 büyümeyle pazar büyüklüğünün 1.4 trilyon \$'a ulaşması beklenmektedir. Trademap verilerine göre 2021 yılında dünya mobilya ihracatı büyüklüğü 243 milyar \$, ithalat büyüklüğü ise 227 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Dünya mobilya ihracatı Şekil 1'de gösterildiği gibi 2012-2021 yılları arasında genel itibariyle büyüme eğilimli gerçekleşmiştir. 2012 yılında 160,3 milyar \$ olan dünya mobilya ihracatı, 2021 yılındaki 243 milyar \$'a ulaşarak bu dönemde dünya mobilya ihracat hacmi %51 oranında büyümüştür. Aynı dönemde Türkiye'nin ihracat miktarı %123 oranında büyüyerek 1,9 milyar \$'dan 4,2 milyar \$'a yükselmiştir. Dünya ve Türkiye'de mobilya ihracatının yıllara göre değişimi Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Dünya-Türkiye Mobilya İhracatının Yıllara Göre Gelişimleri

(Kaynak: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022)

Çin, dünya mobilya ihracatında %36,3'lük payla ilk sırada yer alırken, sırasıyla Vietnam, Polonya, Almanya ve İtalya Çin'den sonra en çok mobilya ihracatı yapan ülkelerdir. Türkiye, dünya mobilya ihracatından aldığı %1,74'lük pay ile 11'ci sırada yer almaktadır. Mobilya ihracatçısı ilk 20 ülkenin 2017-2021 yıllarına ait ihracat verileri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Mobilya İhracatçısı İlk 20 Ülke (Milyon \$)

Sıra No	İhracatçılar	2017	2018	2019	2020	2021	2017-21 Büyümesi %	Dünyadaki Payı %
1	Çin	59.296	64.287	64.629	70.086	88.046	48,5	36,3
2	Vietnam	6.318	6.998	8.985	11.364	18.390	191,1	7,6
3	Polonya	11.553	13.387	13.400	13.113	16.038	38,8	6,6
4	Almanya	12.987	14.080	13.770	12.905	15.125	16,5	6,2
5	İtalya	11.238	12.200	11.682	10.671	13.314	18,5	5,5
6	Meksika	8.215	8.193	8.111	7.058	8.800	7,1	3,6
7	ABD	8.456	8.352	7.886	6.609	7.137	-15,6	2,9
8	Çek Cumhuriyeti	4.548	4.792	4.517	4.275	4.746	4,3	2,0
9	Kanada	4.661	4.714	4.760	4.007	4.561	-2,2	1,9
10	Hollanda	2.754	3.083	3.022	3.406	4.372	58,7	1,8
11	Türkiye	2.360	2.687	3.416	3.427	4.227	79,1	1,74
12	Danimarka	2.420	2.576	2.616	2.686	3.283	35,6	1,4
13	İspanya	2.454	2.680	2.656	2.447	3.173	29,3	1,3
14	Malezya	2.447	2.536	2.902	3.219	3.138	28,2	1,3
15	Fransa	2.948	3.029	2.946	2.749	3.121	5,9	1,3
16	Endonezya	1.674	1.745	2.000	2.246	2.949	76,1	1,2
17	Litvanya	1.848	2.115	2.203	2.268	2.852	54,3	1,2
18	Romanya	2.426	2.744	2.709	2.314	2.650	9,2	1,1
19	İngiltere	3.143	3.127	3.392	2.511	2.502	-20,4	1,0
20	Hindistan	1.250	1.456	1.607	1.625	2.491	99,3	1,0
İlk 20 Ülke Toplamı		152.998	164.780	167.208	168.985	210.918		
Dünya Toplamı		179.386	193.407	195.214	195.832	242.804		
İlk 20 Ülkenin Dünya Toplamındaki Payı %		85,3	85,2	85,7	86,3	86,9		
Bölge		Asya Ülkesi	Avrupa Ülkesi		Kuzey Amerika Ülkesi			

(Kaynak: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022)

Dünyanın en büyük mobilya ithalatçısı konumundaki ülke ABD'dir. ABD 2021'de 68,9 milyar \$ değerindeki ithalatı ile tek başına, dünya mobilya ithalatının %30,3'lük kısmını gerçekleştirmiştir. ABD'den sonra en büyük ithalatçı ülkeler sırasıyla Almanya, İngiltere, Fransa, Hollanda ve Japonya'dır. Türkiye 2021'de gerçekleştirdiği 563 milyon \$ değerindeki mobilya ithalatı ve % 0,2 pay ile dünya mobilya ithalatı sıralamasında 46. sırada yer almıştır. Mobilya ithalatında öne çıkan ilk 20 ülke sıralaması Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Mobilya İthalatçısı İlk 20 Ülke (Milyon \$)

Sıra No	İthalatçılar	2017	2018	2019	2020	2021	2020/2021 Büyümesi %	Dünyadaki Payı %
1	ABD	54.876	59.004	55.803	55.090	68.946	25,2	30,3
2	Almanya	15.295	16.195	15.754	16.117	18.967	17,7	8,3
3	İngiltere	9.239	9.530	9.652	8.518	11.439	34,3	5,0
4	Fransa	8.811	9.672	9.436	8.650	11.281	30,4	5,0
5	Hollanda	4.857	5.529	5.719	6.189	7.935	28,2	3,5
6	Japonya	6.734	7.054	7.229	7.007	7.747	10,5	3,4
7	Kanada	7.291	7.340	7.297	6.563	7.743	18,0	3,4
8	Avustralya	3.372	3.755	3.575	3.722	4.371	17,4	1,9
9	İspanya	3.392	3.732	3.630	3.324	4.320	29,9	1,9
10	Polonya	2.379	2.856	3.037	3.087	4.295	39,1	1,9
11	İsviçre	3.380	3.547	3.415	3.502	4.102	17,1	1,8
12	Belçika	2.907	3.040	3.089	3.058	4.050	32,4	1,8
13	Çekya	3.019	3.225	3.160	2.945	3.540	20,2	1,6
14	Kore Cumhuriyeti	2.478	2.624	2.753	3.052	3.449	13,0	1,5
15	İtalya	2.699	2.949	2.741	2.664	3.380	26,9	1,5
16	Avusturya	2.575	2.789	2.744	2.710	3.296	21,6	1,5
17	İsveç	2.374	2.567	2.477	2.496	3.094	24,0	1,4
18	Meksika	2.894	3.034	2.935	2.374	3.077	29,6	1,4
19	Danimarka	1.734	1.919	1.926	2.106	2.703	28,3	1,2
20	Çin	3.131	3.400	2.871	2.395	2.656	10,9	1,2
46	Türkiye	615	593	554	499	563	12,8	0,2
İlk 20 Ülke Toplamı		143.437	153.761	149.242	145.568	180.392		
Dünya Toplamı		178.669	192.172	189.269	181.889	227.185		
İlk 20 Ülkenin Dünya Toplamındaki Payı %		80	80	79	80	79		
Bölge		Asya Ülkesi	Avrupa Ülkesi	Kuzey Amerika Ülkesi	Avustralya			

(Kaynak: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022)

Mobilya sektörü Türkiye'nin en eski ve en gelişen sektörlerinden biridir. Sektörde son yıllarda dünya standartlarında üretim yapan tesisler kurulmuş, bayilik teşkilatlarıyla ülke sathına ve dünyaya ürün satar bir konuma ulaşılmıştır. Sektör her yıl ürünlerini geliştirmekte ve çeşitliliğini artırmaktadır. Mobilya sanayi katma değer açısından da ülkemizin önde gelen sektörlerinden birisi olup, ihracatta yerli kaynakları en çok kullanan ve ithal ürünlere bağımlılığı en az olan sektörlerden biri olarak ekonomiye katkısını artarak devam ettirmektedir.

Türk mobilya endüstrisi, genelde çoğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir görünüme sahiptir. Buna karşın özellikle son yıllarda süreçte küçük ölçekli işletmelerin yanı sıra orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısı artmaya başlamıştır. Fabrikasyon üretim yapan firmaların, istihdam düzeyi ile paralel olarak büyük firmalardan oluştuğu düşünülmektedir. Fabrikasyon üretim yapan firmaların sayısı her geçen gün artmaktadır. Mobilya ve orman ürünlerinde, sektörde önemli bir yer tutmamakla beraber, faaliyet gösteren yabancı sermayeli firma sayısı, mutfak mobilyası başta olmak üzere artmaktadır (Hopa TSO, 2022).

Türk mobilya sektöründe ulusal ve uluslararası pazarlara yönelik olarak panel mobilya, masif mobilya, kanepe, oturma grubu, modüler mobilya (mutfak, banyo, ofis, yatak odası), bahçe

mobilyaları, mobilya kesit ve parçaları gibi geniş bir yelpazede üretim yapılmaktadır. Ayrıca araç mobilyası, hastane mobilyaları, otel mobilyaları, aksesuarlar ve sınırlı ithalat ürünü kullanımı ile yüksek katma değerli ender sektörlerden biridir. Bu nedenle de yüksek ihracat, ithalat, katma değer ve istihdam potansiyeline sahiptir (İmren ve Kaygın, 2021: 150).

Mobilya arzı ve talebi doğrudan yeni konut inşaatlarına ve gelir artışına paralel bir seyir izlemektedir. Ofis mobilyaları için ise talep büyük ölçüde işyeri açılmasına bağlıdır.

Ev-bahçe ve ofis mobilyalarının toplam mobilya üretimindeki payının %85, kalan %15'lik kısmının ise mutfak mobilyaları, hava taşıtlarında kullanılan mobilyalar, motorlu taşıtlardaki oturmaya mahsus mobilyalar, bunların aksam ve parçaları ile mağaza mobilyaları olduğu tahmin edilmektedir.

Son yıllarda artan kentleşme, nüfus artışı, yükselen hayat standardı ile mobilyaya olan talep gün geçtikçe artmaktadır. Mobilya talebi değiştirme, yıpranma gibi normal nedenlerin dışında estetik kaygılardan da etkilenmekte ve moda eğilimleri de ürün değiştirmede önemli rol oynamaktadır.

Türkiye'de mobilya sektörü, pazarın yoğunlaştığı ve/veya orman ürünlerinin yoğun olduğu belirli bölgelerde toplanmıştır. Önemli mobilya üretim bölgeleri toplam üretimdeki paylarına göre; İstanbul, Ankara, Bursa (İnegöl), Kayseri, İzmir ve Adana olarak sıralanmaktadır.

İstanbul'da mobilya sektörü muhtelif yerlere dağılmış olmakla beraber en önemli iki merkez İkitelli Organize Sanayi bölgesinde yer alan Masko ile Ümraniye'de bulunan mobilya sanayi sitesi Modoko'dur.

Ankara mobilya üretiminde her zaman için önemli bir merkez olmuştur. TÜİK verilerine göre toplam istihdam düzeyi ve işletme sayısı itibari ile İstanbul'un ardından gelmektedir. Ankara'da mobilya sektörü Siteler semtiyle özdeşleşmiştir. Siteler 1960'lı yıllarda Marangozlar Odasının önderliğinde kurulmuş olup, bugün 5.000 dönüm arazi üzerinde faaliyet gösteren büyük bir organize sanayi bölgesidir. Bölge küçük ve orta ölçekli mobilya üretimi yapan birçok işletmeyi barındırmaktadır. Sitelerdeki firma sayısının 10.000'in üzerinde olduğu tahmin edilmektedir. Ancak bu işletmeler emek yoğun işletmeler olup, büyük ölçekli üretim yapan firma sayısı azdır.

Büyük ormanlık alanlara sahip olan ve bunun sonucu olarak ağaç sanayiinin hızlı bir gelişme gösterdiği Bursa-İnegöl Bölgesi de gelişme dinamiği yüksek bir bölgedir. Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunmasının getirdiği ticari hareketliliği ve hammadde kaynaklarına yakın olmasının avantajını iyi değerlendiren İnegöl bugün bir mobilya merkezidir. Bursa-İnegöl mobilya sektörü istihdam düzeyi itibari ile Ankara'dan sonra gelmektedir. Ancak sektörde yapılan ihracatın bölgelerimize göre dağılımında Kayseri ve İstanbul'un ardından üçüncü sıradadır. Bölgenin ihracatta yakaladığı bu başarı, Bursa-İnegöl'ün mobilyada önemli bir uluslararası merkez olma yolunda olduğunu göstermektedir.

Kayseri'de mobilya sektörünün yükselişi kanepeler, koltuk ve yataklarla başlamıştır. Teknolojik gelişmeler ve yeni yatırımlarla bugün mobilyanın her dalında üretim yapan firmaları ile Kayseri, Türkiye'nin önemli bir mobilya merkezi haline gelmiştir. TOBB verileri ve TÜİK ihracat rakamlarına göre Kayseri, sektörün en büyüklerini içerisinde barındırmaktadır. Bunlardan yaklaşık 400 tanesi fabrikasyon seri üretim yapabilen ihracata yönelik çalışan firmalardır. TÜİK verilerine göre, firma başına düşen 11,5 kişilik istihdam düzeyi ile bölgede Türkiye ortalamasının çok üzerinde bir oranla eleman istihdam edilmektedir. Firma başına düşen eleman sayısının yüksekliği Kayseri'nin, büyük ölçekli firmaların yoğunlaştığı bir bölgemiz olduğunu

göstermektedir. 2012 yılında 355 milyon dolarlık ihracat ile Türkiye'nin mobilya ihracatının % 18,7'sini tek başına yapan Kayseri, ülkemizin en önemli mobilya üretim ve ihracat merkezi durumundadır. İzmir bölgesi istihdam düzeyine göre Kayserinin ardından 5. sırada gelmektedir. Karabağlar ve Kısıkköy mobilya şehri sektörün yoğunlaştığı mekânlar olup, şehir sahip olunan liman, ulaşım kolaylığı ile de ihracatta önemli atılımlar içerisindedir (Ticaret Bakanlığı, 2021).

“2021 verilerine göre Türkiye'nin mobilya ihracatındaki en büyük pazarı Irak olmuştur.” Bu ülkeye 2020 yılında 484 milyon \$, 2021 yılında 523 milyon \$ mobilya ihracatı yapılmıştır. 2021 yılında en fazla ihracat yapılan ilk 5 ülke sırasıyla Irak, Almanya, ABD, Fransa ve İsrail'dir. 2021 verilerine göre Türkiye'nin mobilya ihracatı yaptığı ilk 10 ülke Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3. Türkiye'nin Mobilya İhracatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon \$)

Sıra	Ülkeler	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2020-21 Değişim (%)
1	Irak	396	459	484	429	420	428	448	513	484	523	8,1
2	Almanya	153	163	168	156	167	177	204	346	348	418	20,3
3	ABD	30	39	65	91	98	87	118	188	268	312	16,2
4	Fransa	85	125	138	126	134	132	151	171	163	212	30,1
5	İsrail	23	31	33	37	55	75	94	118	137	207	51,0
6	İngiltere	50	63	70	63	74	79	93	132	143	190	32,3
7	Libya	167	238	190	138	80	75	118	201	135	189	40,2
8	Hollanda	53	58	58	44	50	59	68	87	95	126	33,1
9	Romanya	19	28	48	45	57	61	70	85	91	117	28,5
10	BAE	21	41	41	58	62	56	62	71	70	100	42,3
İlk 10 Ülke Toplamı		998	1.244	1.294	1.186	1.198	1.230	1.426	1.911	1.934	2.393	23,7
Türkiye'nin Toplam İhracatı		1.899	2.312	2.487	2.257	2.234	2.360	2.687	3.416	3.427	4.227	23,3

(Kaynak: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022)

Mobilya ihracatımızın çoğunluğu Tablo 3'de görüldüğü gibi Avrupa ve Ortadoğu ülkelerine yapılmaktadır. Dış ticaret verileri genel olarak incelendiğinde ihracatın çoğunlukla yakın coğrafi ülkelere yapıldığı, ithalatın ise yakın ve uzak coğrafi ülkelerden gerçekleştirildiği görülmektedir. Mobilya ithalatı yapılan ülkelerin başında AB ülkeleri ve Çin gelmektedir.

Mobilya sektörünün gelişimini analiz edebilmek için “ithalat ve ihracat” kavramlarının bilinmesi gerekir. İthalat veya dış alım, eşyanın başka bir ülkeden satın alınması ve ülkeye getirilmesi olarak ifade edilebilir. İhracat ise, en basit şekliyle bir malın bir ülkeden başka bir ülkeye satılması ve gönderilmesi olarak tanımlanabilir. Günümüzde uluslararası ticari ilişkiler gün geçtikçe yoğunlaşırken, küresel olarak bakıldığında, iç piyasaya yönelik üretim giderek azalmakta ve ağırlıklı olarak ihracata yönelik üretim yapılmaktadır. Dolayısıyla mobilya pazarı giderek daha fazla uluslararası nitelik kazanmakta ve gelişmekte olan pazarların gösterdiği dinamizm, mobilya sektörünün büyüme oranları için ilave bir itici güç oluşturmaktadır. Türkiye mobilya sektörü; ülkenin ekonomisine, istihdamına ve ticaret hacmine katkılar sağlayan önemli bir sektördür (Çınar vd., 2021: 247). Tablo 4'te Türkiye'nin mobilya sektöründeki ithalat ve ihracat değerleri verilmiştir.

Tablo 4. Yıllara Göre Türkiye'nin En Fazla İhracat-İthalat Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon \$)

İhracat (Milyon \$)								İthalat (Milyon \$)							
Sıra		2017	2018	2019	2020	2021	Payı (%)	Sıra		2017	2018	2019	2020	2021	Payı (%)
1	Irak	428	448	513	484	523	12,4	1	İtalya	76	75	66	55	84	14,9
2	Almanya	177	204	346	348	418	9,9	2	Çin	69	78	65	70	84	14,8
3	ABD	87	118	188	268	312	7,4	3	Almanya	85	78	69	52	62	11,1
4	Fransa	132	151	171	163	212	5,0	4	Polonya	53	50	50	57	54	9,6
5	İsrail	75	94	118	137	207	4,9	5	Romanya	28	24	25	26	27	4,8
6	İngiltere	79	93	132	143	190	4,5	6	Malezya	15	11	10	13	22	3,9
7	Libya	75	118	201	135	189	4,5	7	Bulgaristan	30	24	24	19	19	3,4
8	Hollanda	59	68	87	95	126	3,0	8	Bosna Hersek	2	1	1	1	15	2,7
9	Romanya	61	70	85	91	117	2,8	9	Japonya	14	10	13	17	13	2,3
10	BAE	56	62	71	70	100	2,4	10	ABD	15	22	34	17	13	2,3
İlk 10 Ülke		1.230	1.426	1.911	1.934	2.393	57	İlk 10 Ülke		386	373	357	326	392	70
Toplam İhracat		2.360	2.687	3.416	3.427	4.227	100	Toplam İthalat		615	593	554	499	563	100

(Kaynak: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022)

2021 yılında en fazla ithalatın yapıldığı ülke 83,8 milyon \$ ile İtalya'dır. İtalya'yı 83,5 milyon \$'lık mobilya ithalatı ile Çin takip etmektedir. Mobilya ithalatımızda öne çıkan diğer ülkeler arasında Çin'den sonra Almanya, Polonya, Romanya ve Malezya yer almaktadır. 2021 yılında, İtalya mobilya ithalatımızın %14,9'lük kısmını karşılamıştır.

Türkiye ve Dünya'da mobilya sektörünün gelişimi sektördeki öncü ülkeler ve ülkelere ait sektör istatistiklerine değinildikten sonra Türkiye'de mobilya sektöründe faaliyette bulunan ve Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlere ait finansal analizler yapılmıştır.

3. Orman Ürünleri ve Mobilya Sektörü Finansal Analizi

Finansal analiz genel olarak "işletmelerin finansal durumunun ve faaliyet sonuçlarının, finansal açıdan yeterli olup olmadığını saptamak ve geleceğe yönelik tahminlerde bulunabilmek amacıyla, finansal tablolarda yer alan hesaplar arasındaki ilişkilerin ve bunların yıllar içindeki gelişmelerinin incelenmesi" olarak tanımlanmaktadır (Dalak vd., 2018: 2).

Finansal analizde firmanın mevcut durumu değerlendirilir ve elde edilen sonuçlardan yararlanarak geleceğe yönelik kararlar verilir. Finansal analizden işletme yöneticileri, kredi verenler, yatırım yapacak olanlar, tedarikçiler gibi gruplar yararlanmaktadır. Finansal analizde kullanılan teknikler; Karşılaştırmalı analiz (Yatay analiz), Yüzde yöntemiyle analiz (Dikey analiz), Eğilim yüzdeleri analizi (Trend analizi) ve Oran analizi (Rasyo analiz) olarak sıralanmaktadır (Alper ve Biçer, 2017: 338). Bu çalışmada Orman Ürünleri ve Mobilya Sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin finansal durumları oran analizi yapılarak yorumlanmıştır.

Oran analizi ,finansal tablolardaki çeşitli kalemler veya kalem grupları arasındaki oranlar şeklinde tanımlanmaktadır. Oranlar, işletmelerin finansal verilerini özetlemek ve finansal performanslarını belirlemek için en uygun araçlardır (Bülüç vd., 2017: 269-270).

Tablo 5. Analizde Kullanılan Finansal Oranlar ve Formüller

Oran Grubu	Oran Adı	Hesaplanışı
Likidite Oranları	<i>Cari Oran</i>	Dönen Varlıklar/Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar (KVYK)
	<i>Asit-Test Oranı</i>	(Dönen varlıklar-Stoklar)/KVYK
	<i>Nakit Oranı</i>	(Dönen varlıklar-Stoklar-Alacaklar)/KVYK
Kaldıraç Oranları	<i>Finansal Kaldıraç Oranı</i>	Toplam Borç/Toplam Aktif
	<i>Öz kaynakların Aktif Toplamına Oranı</i>	Öz kaynaklar/Toplam Aktifler
	<i>Finansman Oranı</i>	Öz kaynaklar/Toplam Borçlar
	<i>Borçların Vade Yapısı Oranı</i>	Kısa Vadeli Borçlar/Toplam Borçlar
Faaliyet Oranları	<i>Alacak Devir Hızı</i>	Net Satışlar/Ticari Alacaklar
	<i>Ortalama Tahsilat Süresi</i>	360/Alacak devir hızı
	<i>Stok Devir Hızı</i>	Satışların Maliyeti/Ortalama Stok Tutarı
	<i>Ortalama Stokta Kalma Süresi</i>	360/Stok Devir Hızı
	<i>Ticari Borç Devir Hızı</i>	Satışların Maliyeti/Ticari Borçlar
	<i>Aktif Devir Hızı</i>	Net Satışlar/Aktif Toplamı
	<i>Öz kaynak Devir Hızı</i>	Net satışlar/Öz kaynaklar
Karlılık Oranları	<i>Brüt Kâr Marjı</i>	Brüt Satış Kârı/Net Satışlar
	<i>Faaliyet Kâr Marjı</i>	Faaliyet Kârı/Net Satışlar
	<i>Net Kâr Marjı</i>	Net Kâr/Net Satışlar
	<i>Öz Kaynak Karlılığı</i>	Net Kâr/Öz kaynaklar
	<i>Aktif Karlılığı</i>	Net Kâr/Aktif Toplamı
	<i>Ekonomik Rentabilite Oranı</i>	FVÖK/Aktif Toplamı
	<i>Hisse Başına Kar</i>	Dönem Karı/Hisse Senedi Sayısı
Büyüme Oranları	<i>Satışlardaki Büyüme Oranı</i>	$(S_t - S_{t-1}) / S_{t-1}$
	<i>Dönem Karındaki Büyüme Oranı</i>	$(DK_t - DK_{t-1}) / DK_{t-1}$
	<i>Varlıklardaki Büyüme Oranı</i>	$(TV_t - TV_{t-1}) / TV_{t-1}$
	<i>Öz kaynaklardaki Büyüme Oranı</i>	$(ÖK_t - ÖK_{t-1}) / ÖK_{t-1}$

t : Cari Dönem $t-1$: Bir Önceki Dönem

Finansal tablolardaki kalem sayılarına bağlı olarak çok sayıda oran hesaplamak mümkündür. Ancak işletmeyi analiz edenler açısından önemli olan yararlı oranların hesaplanmasıdır. Diğer önemli bir konu ise hesaplanan oranların yorumlanmasıdır (Elmas, 2017: 118).

Oran analizi yapılmasında kullanılan oranlar farklı çalışmalarda farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Elmas (2017) ve Akyüz vd., (2017), çalışmalarında oran analizi yapmak için kullanılan oranlar Tablo 5'te gösterilmiştir.

Likidite bir varlığın paraya çevrilmesindeki çabukluk ve kolaylık özelliğidir. Likidite oranları, firmanın kısa süreli borçlarını ödeme gücünü ölçmek, çalışma (işletme) sermayesinin yeterli olup olmadığını saptayabilmek için kullanılmaktadır (Yenisu, 2019: 25). Likidite oranları cari oran, asit test oranı ve nakit oranı olmak üzere üç oran şeklinde hesaplanmaktadır. Her sektör için likidite oranlarının ortalaması farklıdır.

Kaldıraç oranları, işletmenini varlıklarının ne kadarını yabancı kaynaklarla ne kadarını öz kaynaklarla finanse ettiğini göstermeye yarayan oranlardır. Özellikle işletmeye kredi verenlerin ilgilendiği oran olarak karşımıza çıkmaktadır (Elmas, 2017: 124). Kaldıraç oranları, finansal kaldıraç oranı, öz kaynakların aktif toplamına oranı, finansman oranı ve borçların vade yapısı oranı olmak üzere dört farklı oranla ölçülmektedir.

Faaliyet oranları, işletmenin varlıklarını ne derece etkin kullandığını, satışlara oranla aktif varlıklarına ne miktarda yatırım yapıldığını ve faaliyetlerini ne derece etkin yürüttüklerini göstermektedir. Aktif varlıklara aşırı derecede yatırım yapılması fonların israf edildiği, yatırım maliyetlerinin yükseldiği ve işletmenin etkin nakit akımını azalttığı şeklinde yorumlanmakta iken yetersiz yatırım ise işletmenin kârlı çalışmadığı, riskli hareket ettiği, satışlarını azaltacağı şeklinde yorumlanmaktadır (Bülüç vd., 2017: 67).

Karlılık oranları, işletmenin sahip olduğu öz sermaye, yabancı kaynak ve varlıklarını ne ölçüde etkin kullandığını ve bir bütün olarak yapmış olduğu faaliyetlerde ne kadar karlı çalıştığını gösteren oranlardır (Aslan, 2018: 353).

Büyüme oranları, işletmenin en önemli amaçlarından birisi olan büyümenin ölçülmesinde kullanılan oranlardır. İşletme için önem arz eden kalemler arasındaki değişimi yıllar itibarıyla göstermesi açısından büyüme oranları önem arz etmektedir.

Çalışma kapsamında, BIST Orman Ürünleri ve Mobilya Sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal tabloları oran analizi yardımıyla analiz edilmiştir. Çalışmada sektörde faaliyet gösteren 5 işletme örneklem olarak alınmıştır. Çalışmanın giriş kısmında da bahsedildiği gibi Koleksiyon Mobilya Sanayi A.Ş. (KLSYN) isimli şirketin 2018-2019 ve 2020 yıllarına ait finansal tabloları Kamuyu Aydınlatma Platformunda yer almadığı için bu işletme analize dâhil edilmemiştir. Bu şirketin dışındaki beş şirketin adı ve şirket kodları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. BIST Orman Ürünleri ve Mobilya Sektörü

Sıra	KOD	Şirket Adı
1	DGNMO	DOĞANLAR MOBİLYA GRUBU İMALAT SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
2	GENTS	GENTAŞ DEKORATİF YÜZEYLER SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
3	ORMA	ORMA ORMAN MAHSULLERİ İNTEGRE SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
4	SUMAS	SUMAŞ SUNİ TAHTA VE MOBİLYA SANAYİ A.Ş.
5	YONGA	YONGA MOBİLYA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Tablo 6'da verilen şirketlere ait 2018-2022 yılları arasındaki finansal tablolar incelenmiş ve oran analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir. İlk olarak Doğanlar Mobilya Grubu İmalat Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin oran analizi sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. DGNMO'nun Oran Analizi Sonuçları

Oran Grubu	Oran Adı	2018	2019	2020	2021	2022
Likidite Oranları	<i>Cari Oran</i>	0,75	0,85	0,81	0,92	0,91
	<i>Asit-Test Oranı</i>	0,30	0,38	0,38	0,48	0,47
	<i>Nakit Oranı</i>	0,01	0,01	0,02	0,05	0,15
Kaldıraç Oranları	<i>Finansal Kaldıraç Oranı</i>	1,005	0,98	0,97	0,89	0,83
	<i>Öz kaynakların Aktif Toplamına Oranı</i>	-0,005	0,02	0,03	0,11	0,17
	<i>Finansman Oranı</i>	-0,005	0,02	0,03	0,13	0,19
	<i>Borçların Vade Yapısı Oranı</i>	2,75	1,99	2,56	2,27	2,71
Faaliyet Oranları	<i>Alacak Devir Hızı</i>	9,25	7,11	5,75	4,12	6,16
	<i>Ortalama Tahsilat Süresi</i>	39	51	63	87	58
	<i>Stok Devir Hızı</i>	1,8	1,72	2,25	2,50	2,74
	<i>Ortalama Stokta Kalma Süresi</i>	200	209	160	144	131
	<i>Ticari Borç Devir Hızı</i>	3	2,61	2,20	2,35	2,45
	<i>Aktif Devir Hızı</i>	0,93	0,77	0,99	1,00	1,18
	<i>Öz kaynak Devir Hızı</i>	160,336	50,25	33,21	8,96	7,25
Karlılık Oranları	<i>Brüt Kâr Marjı</i>	0,29	0,31	0,33	0,33	0,37
	<i>Faaliyet Kâr Marjı</i>	0,03	0,05	0,16	0,17	0,11
	<i>Net Kâr Marjı</i>	-0,15	-0,11	0,03	0,01	0,05
	<i>Aktif Karlılığı</i>	-0,14	-0,08	0,03	0,01	0,06
	<i>Ekonomik Rantabilite Oranı</i>	-0,16	-0,11	0,03	0,03	0,04
Büyüme Oranları	<i>Satışlardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,02	0,65	0,75	2,85
	<i>Dönem Karındaki Büyüme Oranı</i>	-	1,73	1,39	0,0001	5,98
	<i>Varlıklardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,22	0,30	0,73	2,22
	<i>Öz kaynaklardaki Büyüme Oranı</i>	-	4,25	1,50	5,50	16,64

Tablo 8'de Gentaş Dekoratif Yüzeyler Sanayi Ve Ticaret A.Ş.'ye ait oran analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 8. GENTS'nin Oran Analizi Sonuçları

Oran Grubu	Oran Adı	2018	2019	2020	2021	2022
Likidite Oranları	<i>Cari Oran</i>	2,94	3,04	3,17	1,79	1,69
	<i>Asit-Test Oranı</i>	1,50	1,54	1,67	0,98	0,81
	<i>Nakit Oranı</i>	0,37	0,53	0,44	0,43	0,26
Kaldıraç Oranları	<i>Finansal Kaldıraç Oranı</i>	0,28	0,27	0,28	0,44	0,45
	<i>Öz kaynakların Aktif Toplamına Oranı</i>	0,72	0,73	0,72	0,56	0,55
	<i>Finansman Oranı</i>	2,61	2,69	2,59	1,29	1,21
	<i>Borçların Vade Yapısı Oranı</i>	0,77	0,81	0,80	0,91	0,92
Faaliyet Oranları	<i>Alacak Devir Hızı</i>	6,62	6,70	4,57	6,32	7,84
	<i>Ortalama Tahsilat Süresi</i>	54	54	79	57	46
	<i>Stok Devir Hızı</i>	2,73	2,51	1,99	2,26	2,61
	<i>Ortalama Stokta Kalma Süresi</i>	132	143	181	159	138
	<i>Ticari Borç Devir Hızı</i>	10,72	6,93	5,84	4,34	4,29
	<i>Aktif Devir Hızı</i>	1,13	1,02	0,95	0,92	1,23
	<i>Öz kaynak Devir Hızı</i>	1,57	1,41	1,32	1,63	2,24
Karlılık Oranları	<i>Brüt Kâr Marjı</i>	0,25	0,19	0,30	0,21	0,21
	<i>Faaliyet Kâr Marjı</i>	0,14	0,05	0,19	0,16	0,12
	<i>Net Kâr Marjı</i>	0,11	0,02	0,17	0,17	0,16
	<i>Aktif Karlılığı</i>	0,13	0,03	0,16	0,16	0,19
	<i>Ekonomik Rantabilite Oranı</i>	0,20	0,04	0,22	0,19	0,21
Büyüme Oranları	<i>Satışlardaki Büyüme Oranı</i>	-	-0,07	0,22	0,64	0,99
	<i>Dönem Karındaki Büyüme Oranı</i>	-	-0,76	6,12	0,64	0,86
	<i>Varlklardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,03	0,31	0,70	0,49
	<i>Öz kaynaklardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,04	0,30	0,32	2,45

Tablo 9'da Orma Orman Mahsulleri İntegre Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye ait oran analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 9. ORMA'nın Oran Analizi Sonuçları

Oran Grubu	Oran Adı	2018	2019	2020	2021	2022
Likidite Oranları	<i>Cari Oran</i>	0,61	0,58	0,53	0,53	0,63
	<i>Asit-Test Oranı</i>	0,50	0,43	0,38	0,33	0,36
	<i>Nakit Oranı</i>	0,002	0,0117	0,009	0,012	0,002
Kaldıraç Oranları	<i>Finansal Kaldıraç Oranı</i>	0,79	0,80	0,68	0,64	0,49
	<i>Öz kaynakların Aktif Toplamına Oranı</i>	0,21	0,20	0,32	0,36	0,51
	<i>Finansman Oranı</i>	0,27	0,25	0,47	0,57	1,04
	<i>Borçların Vade Yapısı Oranı</i>	0,76	0,76	0,74	0,86	0,91
Faaliyet Oranları	<i>Alacak Devir Hızı</i>	1,69	2,34	3,09	4,10	5,53
	<i>Ortalama Tahsilat Süresi</i>	213	154	117	88	65
	<i>Stok Devir Hızı</i>	5,20	4,14	4,46	3,60	3,69
	<i>Ortalama Stokta Kalma Süresi</i>	69	87	81	100	98
	<i>Ticari Borç Devir Hızı</i>	2,04	1,77	1,71	2,09	3,14
	<i>Aktif Devir Hızı</i>	0,45	0,49	0,45	0,51	0,62
	<i>Öz kaynak Devir Hızı</i>	2,12	2,45	1,42	1,41	1,21
Karlılık Oranları	<i>Brüt Kâr Marjı</i>	0,24	0,22	0,25	0,25	0,26
	<i>Faaliyet Kâr Marjı</i>	0,14	0,14	0,15	0,08	0,12
	<i>Net Kâr Marjı</i>	-0,13	-0,04	-0,09	-0,09	0,16
	<i>Aktif Kârlülüğü</i>	-0,06	-0,02	-0,04	-0,04	0,09
	<i>Ekonomik Rantabilite Oranı</i>	-0,06	0,06	0,06	0,04	0,04
Büyüme Oranları	<i>Satışlardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,09	0,09	0,88	1,03
	<i>Dönem Karındaki Büyüme Oranı</i>	-	0,66	-1,23	-0,90	4,72
	<i>Varlklardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,009	0,18	0,66	0,69
	<i>Öz kaynaklardaki Büyüme Oranı</i>	-	-0,05	0,88	0,89	1,38

Tablo 10'da Sumaş Suni Tahta ve Mobilya Sanayi A.Ş.'ye ait oran analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 10. SUMAS'ın Oran Analizi Sonuçları

Oran Grubu	Oran Adı	2018	2019	2020	2021	2022
Likidite Oranları	<i>Cari Oran</i>	4,43	6,07	3,73	3,79	3,33
	<i>Asit-Test Oranı</i>	2,80	4,39	2,85	3,06	2,25
	<i>Nakit Oranı</i>	2,40	3,79	2,34	2,84	1,77
Kaldıraç Oranları	<i>Finansal Kaldıraç Oranı</i>	0,23	0,19	0,29	0,24	0,26
	<i>Öz kaynakların Aktif Toplamına Oranı</i>	0,77	0,81	0,71	0,76	0,74
	<i>Finansman Oranı</i>	3,31	4,21	2,44	3,19	2,87
	<i>Borçların Vade Yapısı Oranı</i>	0,73	0,65	0,76	0,84	0,90
Faaliyet Oranları	<i>Alacak Devir Hızı</i>	126,73	25,26	31,82	27,46	14,94
	<i>Ortalama Tahsilat Süresi</i>	3	14	11	13	24
	<i>Stok Devir Hızı</i>	3,48	4,67	4,11	4,28	3,79
	<i>Ortalama Stokta Kalma Süresi</i>	103	77	88	85	95
	<i>Ticari Borç Devir Hızı</i>	17,03	18,26	10,88	12,72	9,06
	<i>Aktif Devir Hızı</i>	1,53	1,33	1,06	1,13	1,29
	<i>Öz kaynak Devir Hızı</i>	1,99	1,65	1,50	1,48	1,75
Karlılık Oranları	<i>Brüt Kâr Marjı</i>	0,37	0,27	0,24	0,44	0,27
	<i>Faaliyet Kâr Marjı</i>	0,32	0,22	0,19	0,41	0,23
	<i>Net Kâr Marjı</i>	0,27	0,19	0,16	0,34	0,24
	<i>Aktif Karlılığı</i>	0,42	0,25	0,17	0,39	0,31
	<i>Ekonomik Rantabilite Oranı</i>	0,49	0,29	0,20	0,47	0,30
Büyüme Oranları	<i>Satışlardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,11	0,12	0,95	1,74
	<i>Dönem Karındaki Büyüme Oranı</i>	-	-0,23	-0,04	3,10	0,20
	<i>Variablardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,26	0,40	0,83	0,52
	<i>Öz kaynaklardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,34	0,23	0,97	0,48

Tablo 11'de Yonga Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş.'ye ait oran analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 11. YONGA'nın Oran Analizi Sonuçları

Oran Grubu	Oran Adı	2018	2019	2020	2021	2022
Likidite Oranları	<i>Cari Oran</i>	1,52	1,41	1,34	1,35	1,32
	<i>Asit-Test Oranı</i>	0,74	0,56	0,66	0,62	0,49
	<i>Nakit Oranı</i>	0,24	0,10	0,40	0,15	0,11
Kaldıraç Oranları	<i>Finansal Kaldıraç Oranı</i>	0,40	0,49	0,53	0,57	0,60
	<i>Öz kaynakların Aktif Toplamına Oranı</i>	0,60	0,51	0,47	0,43	0,40
	<i>Finansman Oranı</i>	1,50	1,04	0,90	0,74	0,65
	<i>Borçların Vade Yapısı Oranı</i>	0,77	0,75	0,78	0,84	0,89
Faaliyet Oranları	<i>Alacak Devir Hızı</i>	9,94	10,40	22,70	8,92	38,51
	<i>Ortalama Tahsilat Süresi</i>	36	35	16	40	9
	<i>Stok Devir Hızı</i>	3,34	2,66	2,24	1,82	1,70
	<i>Ortalama Stokta Kalma Süresi</i>	108	135	161	198	212
	<i>Ticari Borç Devir Hızı</i>	11,49	8,76	9,84	8,89	39,30
	<i>Aktif Devir Hızı</i>	1,04	1,00	0,85	0,95	1,08
	<i>Öz kaynak Devir Hızı</i>	1,74	1,95	1,80	2,23	2,74
Karlılık Oranları	<i>Brüt Kâr Marjı</i>	0,24	0,17	0,26	0,32	0,30
	<i>Faaliyet Kâr Marjı</i>	0,13	0,05	0,10	0,26	0,24
	<i>Net Kâr Marjı</i>	0,09	0,02	0,06	0,15	0,13
	<i>Aktif Karlılığı</i>	0,10	0,02	0,05	0,14	0,14
	<i>Ekonomik Rantabilite Oranı</i>	0,14	0,06	0,09	0,24	0,26
Büyüme Oranları	<i>Satışlardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,08	0,26	0,66	0,78
	<i>Dönem Karındaki Büyüme Oranı</i>	-	-0,74	2,40	3,07	0,54
	<i>Varlıklardaki Büyüme Oranı</i>	-	0,13	0,47	0,49	0,56
	<i>Öz kaynaklardaki Büyüme Oranı</i>	-	-0,03	0,36	0,34	0,45

3.1. Likidite Oranları Açısından BIST İmalat-Orman Ürünleri ve Mobilya Şirketlerinin Değerlendirilmesi

Merkezi Kayıt Kuruluşu Veri Analiz Platformu tarafından BIST'te işlem gören şirketlerin sektör ortalamaları açıklanmaktadır. BIST İmalat- Orman Ürünleri ve Mobilya Sektörü'nün son dört yıllık likidite oranlarının ortalamasına bakıldığında Cari oran (1,76), Asit test oranı (0,74) ve Nakit oranı ortalaması (0,16) olarak gerçekleşmiştir (Veri Analiz Platformu, 2023). DGNMO'nun son beş yıllık cari oran ortalaması (0,85), GENTS'nin son beş yıllık cari oran ortalaması (2,53), ORMA'nın son beş yıllık cari oran ortalaması (0,58), SUMAS'ın son beş yıllık cari oran ortalaması (4,27) ve YONGA'nın son beş yıllık cari oran ortalaması (1,39) olarak gerçekleşmiştir. Sektör ortalama (1,76) göz önüne alındığında DGNMO, ORMA ve YONGA'nın sektör ortalamasının altında bir cari orana sahip olduğu diğer iki şirketin sektör ortalamasının üstünde bir cari oran değerine sahip olduğu görülmektedir. Cari oranın çok yüksek olması işletme açısından çok fazla istenmemektedir. Çünkü cari oranın fazla olması demek, işletmede atıl fonların bulunduğunu gösterir. SUMAS'ın cari oran ortalaması sektör ortalamasının çok üzerinde gerçekleşmiştir.

Asit test oranına göre değerlendirme yapıldığında DGNMO'nun son beş yıllık asit test oranı ortalaması (0,40), GENTS'nin son beş yıllık asit test oranı ortalaması (1,30), ORMA'nın son beş yıllık asit test oranı ortalaması (0,40), SUMAS'ın son beş yıllık asit test oranı ortalaması (3,07) ve YONGA'nın son beş yıllık asit test oranı ortalaması (0,61) olarak gerçekleşmiştir. Sektör ortalaması (0,74) göz önüne alındığında YONGA'nın ortalamasının sektör ortalamasına yakın olduğu görülmektedir. SUMAS'ın cari oranda olduğu gibi asit test oranında da sektör ortalamasının oldukça üstünde bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Nakit oranına göre değerlendirme yapıldığında DGNMO'nun son beş yıllık nakit oranı ortalaması (0,05), GENTS'nin son beş yıllık nakit oranı ortalaması (0,41), ORMA'nın son beş yıllık nakit oranı ortalaması (0,007), SUMAS'ın son beş yıllık nakit oranı ortalaması (2,63) ve YONGA'nın son beş yıllık nakit oranı ortalaması (0,20) olarak gerçekleşmiştir. Sektör ortalaması (0,16) göz önüne alındığında yukarıda yapılan yorumlara benzer yorumlar burada da yapılabilir. Özellikle YONGA'nın likidite oranları ile sektör ortalamalarının birbirine yakın olduğu tespit edilmiştir.

3.2. Kaldıraç Oranları Açısından BIST-İmalat Orman Ürünleri ve Mobilya Şirketlerinin Değerlendirilmesi

Finansal kaldıraç oranının yüksek olması, işletmenin faiz veya anapara taksit ödemelerinde sıkıntıya düşme ihtimalini ortaya çıkarır. Kredi verenler açısından bu oranın düşük olması arzu edilmektedir. İşletme yöneticileri ise kaldıraç etkisinden yararlanarak karlılığı artırmak için bu oranın yüksek olmasını isterler. Gelişmekte olan ülkelerde bu oranın (0,50)'nin biraz üstünde olması kabul edilebilir (Elmas, 2017: 125). DGNMO'nun son beş yıllık finansal kaldıraç oranı ortalaması (0,94), GENTS'nin son beş yıllık finansal kaldıraç oranı ortalaması (0,34), ORMA'nın son beş yıllık finansal kaldıraç oranı ortalaması (0,68), SUMAS'ın son beş yıllık finansal kaldıraç oranı ortalaması (0,24) ve YONGA'nın son beş yıllık finansal kaldıraç oranı ortalaması (0,52) olarak gerçekleşmiştir. Oranlar arasında kıyaslama yapıldığında DGNMO'nun aktiflerin finansmanında ciddi bir borç yükünün altına girdiği görülmektedir. SUMAS'ın ise varlıkların finansmanında borç yerine öz kaynak finansmanına başvurduğu görülmektedir. Türkiye ortalamasına en yakın şirket olarak YONGA tespit edilmiştir. Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün finansal kaldıraç oranı ortalaması (0,55) olarak açıklanmıştır. YONGA bu ortalamaya ne yakın şirkettir. Öz kaynakların aktif toplamına oranı 1-finansal kaldıraç oranı olarak hesaplandığı için ayrıca yorumlanmamıştır. Çünkü finansal kaldıraç oranı ile öz kaynakların aktif toplamına oranı ters mantık çerçevesinde ele alınmaktadır.

Finansman oranı işletmenin bağımsızlığını gösteren orandır. Bu oranın en az 1 olması istenir. Yani işletme varlıkların yarısını öz kaynaklarla yarısını da yabancı kaynaklarla finanse etmesi istenilir. Kredi verenler oranının büyük olmasını işletme sahipleri ise oranın düşük olmasını isterler. DGNMO'nun son beş yıllık finansman oranı ortalaması (0,07), GENTS'nin son beş yıllık finansman oranı ortalaması (2,08), ORMA'nın son beş yıllık finansman oranı ortalaması (0,52), SUMAS'ın son beş yıllık finansman oranı ortalaması (3,20) ve YONGA'nın son beş yıllık finansman oranı ortalaması (0,97) olarak gerçekleşmiştir. SUMAS ve GENTS'nin finansman oranları kredi verenler için DGNMO'nun finansman oranı ise yöneticiler için istenilen oranlar olarak karşımıza çıkmaktadır. SUMAS ve GENTS güçlü bir öz kaynak yapısı ile çalışmaktadır. Sektör ortalamasına en yakın olan YONGA, neredeyse varlıklarının finansmanında yarı yarıya öz kaynak ve yabancı kaynak kullanmaktadır. Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün ortalaması (1,24)'tür.

Borçların vade yapısı oranı işletmenin üretim sekline göre değişmektedir. Emek yoğun işletmelerde toplam borçların içerisinde kısa vadeli kaynakların oranı yüksek iken, teknoloji yoğun işletmelerde toplam borçların içerisinde uzun vadeli borçların oranı yüksektir. DGNMO'nun son beş yıllık borçların vade yapısı oranı ortalaması (2,46), GENTS'nin son beş yıllık borçların vade yapısı oranı ortalaması (0,84), ORMA'nın son beş yıllık borçların vade yapısı oranı ortalaması (0,81), SUMAS'ın son beş yıllık borçların vade yapısı oranı ortalaması (0,78) ve YONGA'nın son beş yıllık borçların vade yapısı oranı ortalaması (0,81) olarak gerçekleşmiştir. DGNMO hariç diğer dört işletmede kısa vadeli borçların toplam borçlar içerisindeki oranı 1'in altında gerçekleşmiştir. Mobilya sektörü teknoloji yoğun bir sektör olarak kabul edildiği için bu oranın genel itibarıyla 1'in altında olması kabul edilebilir.

3.3. Faaliyet Oranları Açısından BİST-İmalat Orman Ürünleri ve Mobilya Şirketlerinin Değerlendirilmesi

Alacak devir hızı, işletmenin ticari alacaklarını ne ölçüde etkin yönettiğini ortaya koymaktadır. Bu oran işletmenin ticari alacaklarını yılda kaç defa tahsil ettiğini göstermektedir. Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün alacak devir hızı ortalaması (8,83)'tür. DGNMO'nun son beş yıllık alacak devir hızı oranı ortalaması (6,48), GENTS'nin son beş yıllık alacak devir hızı oranı ortalaması (6,41), ORMA'nın son beş yıllık alacak devir hızı oranı ortalaması (3,35), SUMAS'ın son beş yıllık alacak devir hızı oranı ortalaması (45,24) ve YONGA'nın son beş yıllık alacak devir hızı oranı ortalaması (18,09) olarak gerçekleşmiştir. Sektör ortalaması yaklaşık 9 kez olduğundan hareket ederek SUMAS VE YONGA'nın alacak devir hızı diğerlerine göre daha yüksektir ve bu iki işletmenin alacak devir hızı oranı sektör ortalamasının da üzerinde gerçekleşmiştir. SUMAS ve YONGA, alacaklarını diğer işletmelere göre daha etkin yönettikleri görülmektedir.

Stok devir hızı, stokların ne ölçüde etkin yönetildiğinin bir göstergesi olarak işletmede stokların ne kadar hızlı satıldığına göstergesidir. Stokların yılda kaç kez devrettiğini ortaya koyan bu oran üretim işletmeleri için oldukça fazla önemlidir. Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün stok devir hızı ortalaması (3,71)'dir. DGNMO'nun son beş yıllık stok devir hızı oranı ortalaması (2,08), GENTS'nin son beş yıllık stok devir hızı oranı ortalaması (2,42), ORMA'nın son beş yıllık stok devir hızı oranı ortalaması (4,22), SUMAS'ın son beş yıllık stok devir hızı oranı ortalaması (4,07) ve YONGA'nın son beş yıllık stok devir hızı oranı ortalaması (2,35) olarak gerçekleşmiştir. Sektördeki işletmelerin yaklaşık yılda 4 kez stoklarını bitirdiği görülmektedir. ORMA ve SUMAS'ın stok devir hızı sektör ortalamasından daha yüksek çıkmıştır. Bu iki işletme diğerlerine göre stoklarını daha etkin kullanmaktadır.

Aktif devir hızı, satış hasılatının toplam varlıklara bölünmesiyle elde edilir. Aktif devir hızı sonucunda ortaya çıkan sonucu yorumlarken sektör açısından değerlendirme yapılmalıdır. Toplam varlıkların içerisinde duran varlıkların fazla olduğu sektörlerde aktif devir hızı düşük çıkarken, duran varlıkların oranının az olduğu sektörlerde aktif devir hızı yüksek çıkmaktadır. Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün aktif devir hızı ortalaması (1,08)'dir. DGNMO'nun son beş yıllık aktif devir hızı oranı ortalaması (0,97), GENTS'nin son beş yıllık aktif devir hızı oranı ortalaması (1,05), ORMA'nın son beş yıllık aktif devir hızı oranı ortalaması (0,50), SUMAS'ın son beş yıllık aktif devir hızı oranı ortalaması (1,27) ve YONGA'nın son beş yıllık aktif devir hızı oranı ortalaması (0,98) olarak gerçekleşmiştir. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde ORMA'nın aktif devir hızı hem sektör ortalamasından hem de sektördeki diğer işletmelerden daha düşük gerçekleşmiştir. GENTS'nin aktif devir hızı

sektör ortalaması ile neredeyse aynıdır. Mobilya sektöründe duran varlıkların toplam varlıklar içerisindeki payının yüksek olması aktif devir hızının düşük çıkmasına neden olmaktadır.

Öz kaynakların devir hızı, işletmenin öz kaynaklarını ne derece etkin kullandığını göstermektedir. Oranın yüksek olması işletmenin öz kaynaklarını etkin kullandığını göstergesidir. Ancak oranın normalin çok üstünde olması işletmenin öz kaynaklarının yetersiz ve yabancı kaynaklardan çok fazla yararlandığını göstergesidir. Oranın düşük olması ise öz kaynakların mevcut sektöre göre fazla olduğunu ve etkin kullanılmadığını göstermektedir (Elmas, 2017: 139). Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün öz kaynak devir hızı ortalaması (2,33)'tür. DGNMO'nun son beş yıllık öz kaynak devir hızı oranı ortalaması (52,00), GENTS'nin son beş yıllık öz kaynak devir hızı oranı ortalaması (1,63), ORMA'nın son beş yıllık öz kaynak devir hızı oranı ortalaması (1,72), SUMAS'ın son beş yıllık öz kaynak devir hızı oranı ortalaması (1,67) ve YONGA'nın son beş yıllık öz kaynak devir hızı oranı ortalaması (2,09) olarak gerçekleşmiştir. DGNMO'nun öz kaynak devir hızı sektör ortalamasının çok ama çok üstünde çıkmıştır. Oranın çok yüksek olmasının temel sebebi olarak işletmenin varlık temininde öz kaynak yerine yabancı kaynak kullanmayı tercih etmesi gösterilebilir. (0,94) kaldıraç oranına sahip DGNMO'nun öz kaynak devir hızının bu kadar yüksek çıkması normaldir. Diğer dört işletmenin öz kaynak devir hızı sektör ortalamasına yakın değerlerde gerçekleşmiştir. DGNMO'nun kaynak yapısının diğer dört işletmeye göre farklı olduğu söylenebilir.

3.4. Karlılık Oranları Açısından BIST-İmalat Orman Ürünleri ve Mobilya Şirketlerinin Değerlendirilmesi

Brüt kar marjı oranı, satışlar üzerinden elde edilen brüt karlılığı göstermesi açısından son derece önem arz etmektedir. Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün brüt kar marjı ortalaması (%27,1)'dir. DGNMO'nun son beş yıllık brüt kar marjı ortalaması (%32,6), GENTS'nin son beş yıllık brüt kar marjı ortalaması (%23,2), ORMA'nın son beş yıllık brüt kar marjı ortalaması (%24,4), SUMAS'ın son beş yıllık brüt kar marjı ortalaması (%31,8) ve YONGA'nın son beş yıllık brüt kar marjı ortalaması (%25,8) olarak gerçekleşmiştir. DGNMO ve SUMAS'ın brüt kar marjları sektör ortalamasının üstünde gerçekleşmişken diğer üç şirketin brüt kar marjı oranı sektör ortalamasının altında gerçekleşmiştir. Ancak sektördeki tüm işletmelerin brüt kar marjı değerleri sektör ortalamasına yakın gerçekleşmiştir.

İşletmenin brüt karından faaliyet giderlerinin düşürülmesi ile bulunan faaliyet kar marjı da işletmeler için önemlidir. Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün faaliyet kar marjı ortalaması (%13,8)'tür. DGNMO'nun son beş yıllık faaliyet kar marjı ortalaması (%10,4), GENTS'nin son beş yıllık faaliyet kar marjı ortalaması (%13,2), ORMA'nın son beş yıllık faaliyet kar marjı ortalaması (%12,6), SUMAS'ın son beş yıllık faaliyet kar marjı ortalaması (%27,4) ve YONGA'nın son beş yıllık faaliyet kar marjı ortalaması (%15,6) olarak gerçekleşmiştir. SUMAS ve YONGA'nın esas faaliyet kar marjı sektör ortalamasının üstünde gerçekleşmişken diğer üç işletmenin esas faaliyet kar marjı sektör ortalamasının altında gerçekleşmiştir. Ancak brüt kar marjında olduğu gibi faaliyet kar marjında da sektör ortalamasından aşırı bir sapmanın olmadığı sadece SUMAS'ın ortalamasının sektör ortalamasının çok üstünde olduğu görülmektedir.

Net kar marjı, satışlar üzerinden elde edilen net karlılığı göstermektedir. Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün net kar marjı ortalaması (%5,4)'tür. DGNMO'nun son beş yıllık net kar marjı ortalaması (-%3), GENTS'nin son beş yıllık net kar marjı ortalaması (%12,6), ORMA'nın son beş yıllık net kar marjı ortalaması (-%4),

SUMAS'ın son beş yıllık net kar marjı ortalaması (%24) ve YONGA'nın son beş yıllık net kar marjı ortalaması (%9) olarak gerçekleşmiştir. Net kar marjına göre değerlendirme yapıldığında son beş yıllık ortalamalarına göre DGNMO ve ORMA'nın kar yerine zarar ettikleri diğer işletmelerin ise kar ettikleri görülmektedir. SUMAS'ın net kar marjı sektör ortalamasının çok üstünde gerçekleşmiştir. Ancak kar kavramının tek başına anlam ifade etmediği bilinmelidir. Önemli olan işletmenin sürdürülebilirliğini sağlamaktır.

Aktif karlılık oranı, işletmelerin varlıklara yapmış olduğu yatırımın sonucunda elde ettiği karlılığı ve varlıkların etkin kullanılıp kullanılmadığını göstermektedir. Veri Analiz Platformu'na göre orman ürünleri ve mobilya sektörünün aktif karlılık oranı ortalaması (%8,4)'tür. DGNMO'nun son beş yıllık aktif karlılık oranı ortalaması (-%2), GENTS'nin son beş yıllık aktif karlılık oranı ortalaması (%13,4), ORMA'nın son beş yıllık aktif karlılık oranı ortalaması (-%1), SUMAS'ın son beş yıllık aktif karlılık oranı ortalaması (%30,8) ve YONGA'nın son beş yıllık aktif karlılık oranı ortalaması (%9) olarak gerçekleşmiştir. İşletmelerin varlıklarının finansmanında kullandığı kaynak yapısına göre aktif karlılık oranı değişmektedir. Kaynak yapısı içerisinde yabancı kaynakların oranı yüksek olan işletmelerin aktif karlılık oranı düşük çıkarken, kaynak yapısı içerisinde öz kaynakların oranı yüksek olan işletmelerin aktif karlılık oranı yüksek çıkmaktadır. DGNMO ve ORMA'nın kaynak yapısı incelendiğinde yabancı kaynakların ağırlıklı olarak kullanıldığı kaldıraç oranları bölümünde görülmüştür. Yabancı kaynakların yüksek kullanılması sonucunda bu iki işletmede aktif karlılık oranı eksi çıkmıştır. Yani DGNMO ve ORMA'nın aktif karlılık oranı negatif gerçekleşmiştir. SUMAS'ın kaynak yapısı içerisinde öz kaynak yapısının güçlü olması, bu işletmenin aktif karlılık oranının yüksek çıkmasına neden olmuştur. GENTS ve YONGA'nın aktif karlılık oranları sektör ortalamasına yakın gerçekleşmiştir.

3.5. Büyüme Oranları Açısından BİST-İmalat Orman Ürünleri ve Mobilya Şirketlerinin Değerlendirilmesi

İşletmelerin satışlarındaki büyüme oranları ile ilgili değerlendirme yapıldığında DGNMO'nun son dört yıl ortalaması yaklaşık %85'tir. GENTS'nin son dört yıldaki satışlarındaki büyüme oranı ortalaması yaklaşık %45'tir. ORMA'da bu oran %42, SUMAS'da %58 ve YONGA'da %36'dır. Satışlardaki büyüme rakamlarına göre son dört yıl içerisinde oransal anlamda en büyük büyümeyi DGNMO şirketi gerçekleştirmiştir.

Dönem karındaki büyümeye bakıldığında son dört yılda DGNMO 1,82 kat, GENTS 1,37 kat, ORMA 0,65 kat, SUMAS 0,40 kat ve YONGA 1,32 kat büyüme gerçekleştirmiştir. DGNMO diğer şirketlere göre son dört yılda ortalama karını en çok artıran şirket olarak karşımıza çıkmaktadır.

Varlıklardaki büyümeye bakıldığında DGNMO varlıklarını %87, GENTS %38, ORMA %38, SUMAS %50 ve YONGA %41 artırmıştır. Varlıklardaki büyüme oranlarına göre DGNMO şirketi diğer şirketlere göre oransal anlamda daha fazla büyümüştür. DGNMO şirketinin satışlarda, dönem karında ve varlıklarda diğer şirketlere göre oransal anlamda daha fazla büyümesi dikkat çekmektedir.

Son olarak öz kaynaklardaki büyümeye bakıldığında DGNMO öz kaynaklarını 6,97 kat, GENTS 0,78, ORMA 0,78, SUMAS 0,51 ve YONGA 0,28 kat artırmıştır. Genel olarak büyüme, işletmenin varlığını sürdürmesinden sonra gelen temel bir amaçtır. Bu temel amaç işletmenin sürdürülebilir bir yapıya gelmesindeki esas koşullardan birisidir. DGNMO'nun karlılık anlamında değerlendirildiğinde diğer şirketlere göre geride kaldığını görmüştük. Ancak

DGNMO büyüme oranlarına göre son yıllarda sürdürülebilir bir yapıya geçişin anahtarı olarak büyüme oranlarında diğer şirketlere göre daha avantajlı konumda yer almaktadır.

4. Sonuç ve Öneriler

Finansal tablolar, işletmenin mevcut durumu hakkında ilgililere bilgi veren en önemli evraklardır. Yatırımcılar, kredi kuruluşları ve devlet gibi farklı ilgililer finansal tabloları incelerler. Her kesimin finansal tablolardan beklentisi farklı olabilmektedir. Devlet elde edeceği vergi vb. karşılıklar için, kredi verenler kredi ödemelerinde problem ortaya çıkmaması için yatırımcılar ise işletmenin kendilerine kar sağlayıp sağlayamayacağını görmek için finansal tablolara ilgi duyarlar.

Finansal tablolar üzerinde yer alan hesaplar ve karşılarında bulunan tutarlar tek başlarına anlam ifade etmeyebilir. Finansal tablolar içerisinde yer alan hesapların ve tutarların anlam ifade edebilmesi için bir takım finansal analiz teknikleri ile analiz edilmesi gerekmektedir.

Finansal analiz temel analiz ve teknik analiz olmak üzere iki kısımda incelenebilir. Bu çalışmada temel analiz tekniklerinden birisi olan oran analizi yardımı ile finansal analizler yapılmıştır.

Çalışmada BIST İmalat-Orman Ürünleri ve Mobilya sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin finansal tabloları oran analizi yardımı ile analiz edilmiştir. Orman ürünleri ve mobilya sektöründe BIST'te işlem gören 6 işletme mevcuttur. Çalışmanın giriş kısmında da bahsedildiği gibi Koleksiyon Mobilya Sanayi A.Ş. (KLSYN) isimli şirketin 2018-2019 ve 2020 yıllarına ait finansal tabloları Kamuyu Aydınlatma Platformunda yer almadığı için bu işletme analize dâhil edilmemiştir. Bu işletme dışında kalan diğer beş işletmenin 2018-2019-2020-2021 ve 2022 yıllarına ait finansal tabloları incelenmiş ve bu yıllara ait finansal tablolar üzerinde oran analizi yapılmıştır.

Oran analizi, likidite oranları, kaldıraç oranları, faaliyet oranları, karlılık oranları ve büyüme oranları olmak üzere beş alt başlıkta ele alınmıştır. Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular çalışmanın üçüncü bölümünde aktarılmıştır. Üçüncü bölümdeki bulgulardan bazılarına burada yer verilmiştir. Bunlar;

- SUMAS işletmesinin cari oranı hem diğer işletmelere göre hem de sektör ortalamasına göre oldukça yüksek çıkmıştır. Bu durum pek de istenilen bir durum değildir. Cari oranın bu kadar yüksek olmasının işletmenin atıl fonlara sahip olduğu algısını oluşturur ve bu durum işletmeye zarar verebilir.
- DGNMO işletmesinin finansal kaldıraç oranı oldukça yüksektir. Varlıklarının finansmanında %94 oranında borç kullanan işletmenin bu durumu biraz olsun aşağıya çekmek adına adımlar atması gerekmektedir. Ortaya çıkabilecek olağanüstü durumlarda şirket bu pozisyonda zor durumda kalabilir. DGNMO şirketinin büyüme oranlarında sürdürülebilirlik anlamında sağlam adımlar atması bu durumu da düzeltmesine yardımcı olabilir.
- SUMAS ve YONGA firmalarının alacaklarını, ORMA ve SUMAS firmalarının stoklarını diğer firmalara göre etkin yönettikleri görülmektedir. İmalat işletmeleri için alacakların ve stokların etkin yönetimi oldukça önemlidir. Çünkü depolama maliyetleri gibi maliyetlerin artmaması adına stokların, ödemelerin aksamaması adına da alacakların etkin yönetilmesi gerekmektedir.

- SUMAS işletmesinin karlılık oranı diğer işletmelere ve sektör ortalamasına göre yüksek çıkmıştır. SUMAS işletmesinin kaynak yapısının bu duruma etki ettiği söylenebilir. Ancak unutulmamalıdır ki kar tek başına riskli bir kavramdır. İşletmelerin kar etmesi o işletmelerin kusursuz bir yapıda olduğunu açıklamaz. İşletmelerin sürdürülebilir bir yapı için hareket etmeleri daha önemlidir.
- DGNMO şirketinin büyüme oranlarına göre diğer işletmelerden oransal anlamda daha fazla büyüme gerçekleşmesi önemlidir. Büyüme sürdürülebilir bir yapı için olmazsa olmaz bir durumdur. İşletmelerin büyüme rakamlarını sürdürülebilir hale getirmesi yatırımcılarına ciddi avantajlar sağlayacaktır.

Yapılan analizler sektör ortalamalarına göre değerlendirilmiş ve sonuçlar verilmiştir. Bu çalışmada yapılan değerlendirmeler tamamen akademik açıdan yapılmıştır.

KAYNAKLAR

- Akyüz, K. C., Yıldırım, İ., Akyüz, İ., & Tugay, T. (2017). Borsa İstanbul'da işlem gören kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayi işletmelerinin finansal başarısızlık düzeylerinin oran analizi ve diskriminant analizi yöntemleri kullanılarak ölçülmesi. *Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi Ormancılık Dergisi*, 13(1), 60-74.
- Alper, A., & Biçer, E. B. (2017). Kamu Hastanelerinde Finansal Performansın Oran Analizi İle Ölçülmesi: Bir Kamu Hastanesi Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(2), 337-357.
- Aslan, T. (2018). Futbol Kulüplerinin Finansal Performansının Oran Yöntemiyle Analizi: Bist'de İşlem Gören Futbol Kulüpleri Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi (MUVU)/Journal of Accounting & Taxation Studies (JATS)*, 11(3), 349-362.
- Büülüç, F., Özkan, O., & Ağırbaş, İ. (2017). Üniversite hastanelerinin finansal performansının oran analizi yöntemiyle değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 5(2), 268-281.
- Çınar, H., Yıldırım, K., & Karataş, H. (2021). Türkiye mobilya sektörüne ilişkin ithalat ve ihracat değerleri ile tasarım, patent ve marka tescil sayılarının analizi. *IDA: International Design and Art Journal (Online)*, 3(2).
- Dalak, S., Günay, E., Beyazgül, M., & Karadeniz, E. (2018). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Havayolu Şirketlerinde Finansal Analiz Tekniklerinin Kullanımı Üzerine Bir Araştırma. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 6(2), 1-14.
- Elmas, B. (2017). *Finansal Analiz Uygulamaları, TMS/TFRS'ye Göre Anlatım ve Gerçek Tablolar Üzerinden Analizler*, İmaj Yayınevi: Ankara
- Gedik, T., Muhammet, Ç. İ. L., Korkut, D. S., & KURUTKAN, M. N. (2022). Orman Ürünleri Sektöründe Risk Alma Davranışını Etkileyen Faktörlerin İrdelenmesi (TR42 Düzey 2 Bölgesi). *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 24(2), 339-350.
- Gökçe, A., & Akyıldız, M. H. (2010). Kastamonu ili orman ürünleri endüstrisi. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 10(2), 147-16.
- <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Mobilya%20Sekt%C3%B6r%20Raporu%202021.pdf>.
- <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sector-raporlari/mu2812011412>.
- <http://www.hopatso.org.tr/Portals/21/raporlar/Mobilya%20Sekt%C3%B6r%20Raporu.pdf>.
- <https://www.vap.org.tr/2016-2023-ortalama-finansal-oranlar>.
- İmren, E., & Kaygın, B. (2021). Türkiye mobilya sektörü dış ticaretinin zaman serileri yöntemiyle tahmini. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 23(1), 149-159.
- Kavas, Y. B., & Medetoğlu, B. (2023). BIST Orman Ürünleri ve Mobilya Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin TOPSIS ve Finansal Analiz Yöntemleri ile Performanslarının Değerlendirilmesi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 80-97.
- Terece, Z., Edirne, J., & Kariptaş, F. S. (2020). Türkiye'de mobilya sektörünün durumu ve 2000'li yıllardan sonra küreselleşme etkisi ile değişimi. *Haliç Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 3(1), 159-180.
- Yenisu, E. (2019). Finansal tabloların oran analizi ile incelenmesi: Adese örneği. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ASED)*, 3(1), 19-45.