

T.C.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**MALİYET YAPIŞKANLIĞI İLE KÂR YÖNETİMİ VE FİRMA
KARAKTERİSTİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: BORSA İSTANBUL
ÜZERİNE BİR İNCELEME**

DOKTORA TEZİ

HAZIRLAYAN
GAMZE SEVİMLİ ÖRGÜN

DANIŞMAN
PROF. DR. MEHMET AYGÜN

VAN-2023

KABUL VE ONAY SAYFASI

Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN tarafından hazırlanan “Maliyet Yapışkanlığı ile Kâr Yönetimi ve Firma Karakteristikleri Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Üzerine Bir İnceleme” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Yüzüncü Yıl Üniversitesi İşletme Anabilim Dalında DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.	
Danışman: Prof. Dr. Mehmet AYGÜN İşletme Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum.	
Başkan: Prof. Dr. Reha SAYDAN İşletme Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum.	
Üye: Prof. Dr. Zafer KANBEROĞLU İktisat Anabilim Dalı, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum.	
Üye: Prof. Dr. Mehmet Emre GÜLER İşletme Anabilim Dalı, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum.	
Üye: Doç. Dr. Halil Cem SAYIN İşletme Anabilim Dalı, Anadolu Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum.	
Yedek Üye: Unvanı Adı SOYADI Anabilim Dalı, Üniversite Adı Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum.	
Tez Savunma Tarihi:	17/03/2023
Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini ve imzaların sahiplerine ait olduğunu onaylıyorum. Prof. Dr. Bekir KOÇLAR Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü	

ETİK BEYAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü **Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;**

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. 08/03/2023

Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN

Doktora Tezi

Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Mart, 2023

MALİYET YAPIŞKANLIĞI İLE KÂR YÖNETİMİ VE FİRMA KARAKTERİSTİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: BORSA İSTANBUL ÜZERİNE BİR İNCELEME

ÖZET

Geleneksel maliyet davranışı, sabit ve değişken olmak üzere ikiye ayrılan maliyetlerin faaliyet hacmine göre simetrik davrandıkları başka bir ifadeyle faaliyet hacminde meydana gelen artış ve azalışta maliyetlerin aynı oranda değiştiği varsayımına dayanmaktadır. Ancak 2003 yılında Anderson, Banker ve Janakiraman tarafından yapılan çalışma ile birlikte bazı maliyetlerin simetrik davranmadıkları ortaya çıkmıştır. Maliyet yapışkanlığı olarak literatüre kazandırılan kavram, faaliyet hacminde meydana gelen artış ve azalışların maliyetlerle aynı oranda artış ve azalış göstermedikleridir. Bu çalışmanın temel amacı, maliyet yapışkanlığı, kar yönetimi ve firma karakteristikleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaçla, Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren 196 firmanın 2012-2020 dönemine ait verilerinden yararlanılmıştır. Panel veri analizinden yararlanılan çalışmada maliyet yapışkanlığı göstergesi olarak, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, genel yönetim giderleri ve satılan ticari mallar maliyeti kullanılmıştır. Kar yönetimi göstergesi olarak literatür ile tutarlı bir biçimde isteğe bağlı tahakkuklar kullanılmıştır. Ayrıca firma karakteristikleri göstergeleri olarak da firma karlılığı, firma borçlanma oranı, firma büyüklüğü ve firma yaşı kullanılmıştır. Çalışmada öncelikli olarak maliyet yapışkanlığının varlığı araştırılmıştır ve sadece genel yönetim giderlerinde maliyetlerin yapışkan oldukları tespit edilmiştir. Genel yönetim giderlerinde bulunan yapışkan maliyet davranışı, satışlar %1 arttığında genel yönetim giderleri %31 artırırken, satışlar %1 azaldığında ise genel yönetim giderleri %20 azaltmaktadır. Daha sonra yapışkan maliyet davranışının tespit edildiği genel yönetim giderleri ile kâr yönetimi arasında pozitif

ancak istatistiksel açıdan anlamsız ilişki bulunmuştur. Çalışmada firma karakteristiklerini oluşturan firma borçlanma oranı ve firma yaşı ile maliyet yapışkanlığı arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki varken, firma büyüklüğü ile maliyet yapışkanlığı arasında negatif ve istatistiksel anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Ancak firma kârlılığı ile maliyet yapışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç elde edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Maliyet Yapışkanlığı, Kâr Yönetimi, Firma Karakteristikleri.

Sayfa Sayısı: xiii+120

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mehmet AYGÜN



Ph. D. Thesis

Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN

VAN YUZUNCU YIL UNIVERSITY

INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

March, 2023

**THE RELATIONSHIP BETWEEN COST STICKINESS AND EARNINGS
MANAGEMENT AND FIRM CHARACTERISTICS: A REVIEW ON BORSA
ISTANBUL**

ABSTRACT

The traditional cost behavior is based on the assumption that costs, which are divided into two as fixed and variable, behave symmetrically according to the activity volume, in other words, the costs change at the same rate in the increase and decrease in the activity volume. However, with the study conducted by Anderson, Banker and Janakiraman in 2003, it has been revealed that some costs do not behave symmetrically. The concept brought to the literature as cost stickiness is that the increases and decreases in the volume of activity do not increase or decrease at the same rate as the costs. The main purpose of this study is to examine the relationship between cost stickiness, earnings management and firm characteristics. For this purpose, the data of 196 companies operating in Borsa Istanbul for the period of 2012-2020 were used. In the study using panel data analysis, marketing, selling and distribution expenses, general administrative expenses and cost of goods sold were used as cost stickiness indicators. Discretionary accruals are used as a earnings management indicator, consistent with the literature. In addition, firm profitability, firm borrowing ratio, firm size and firm age were used as firm characteristics indicators. In the study, primarily the existence of cost stickiness was investigated and it was determined that the costs were sticky only in general administrative expenses. The sticky cost behavior found in general administrative expenses increases general

administrative expenses by 31% when sales increase by 1%, and decreases general administrative expenses by 20% when sales decrease by 1%. Then, a positive but statistically insignificant relationship was found between general administrative expenses, where sticky cost behavior was determined, and earnings management. In the study, there was a positive and statistically significant relationship between firm borrowing rate and firm age and cost stickiness, which form the characteristics of the firm, while a negative and statistically significant relation was found between firm size and cost stickiness. However, a statistically significant result could not be obtained between firm profitability and cost stickiness.

Key Words: Cost Stickiness, Earnings Management, Firm Characteristics.

Quantity of Page: xiii+120

Supervisor: Prof. Dr. Mehmet AYGÜN

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
ÖNSÖZ.....	xiii
GİRİŞ	1
1. MALİYET VE MALİYET YAPIŞKANLIĞI KAVRAMI.....	4
1.1. Maliyet.....	4
1.2. Maliyet Objesi	6
1.3. Maliyetlerin Sınıflandırılması	6
1.3.1. Maliyetlerin Üretim Hacmiyle İlişkisine Göre Sınıflandırılması	7
1.3.1.1. Sabit Maliyetler.....	8
1.3.1.2. Değişken Maliyetler.....	10
1.3.1.3. Karma (Karışık) Maliyetler	12
1.3.2. Maliyetlerin Ürüne Yüklenmesine Göre Sınıflandırılması	12
1.3.2.1. Direkt Maliyetler.....	12
1.3.2.2. Endirekt Maliyetler	12
1.3.3. Maliyetlerin Üretimle İlişkilerine Göre Sınıflandırılması.....	13
1.3.3.1. Birincil (İlk) Maliyetler	13
1.3.3.2. Dönüşüm Maliyetleri	13
1.3.4. Maliyetlerin Dönem İlişkilerine Göre Sınıflandırılması	13
1.3.4.1. Üretim Maliyetleri (Stoklanabilir)	14
1.3.4.2. Dönem maliyetleri (Stoklanamayan)	14
1.3.5. Maliyetlerin Ortaya Çıktığı Departmana Göre Sınıflandırılması.....	14
1.3.5.1. Üretim Departmanı Maliyetleri	14
1.3.5.2. Hizmet Departmanı Maliyetleri	14
1.3.6. Maliyetlerin Kontrol Edilebilirliğine Göre Sınıflandırılması	15
1.3.6.1. Kontrol Edilebilen Maliyetler	15
1.3.6.2. Kontrol Edilemeyen Maliyetler	15

1.3.7.	Maliyetlerin Fonksiyon Esasına Göre Sınıflandırılması	15
1.3.7.1.	Üretim Giderleri.....	15
1.3.7.2.	Araştırma ve Geliştirme Giderleri	16
1.3.7.3.	Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri.....	16
1.3.7.4.	Genel Yönetim Giderleri	16
1.3.7.5.	Finansman Giderleri	16
1.3.8.	Maliyetlerin Kullanılan Rakamın Niteliğine Göre Sınıflandırılması... ..	16
1.3.8.1.	Gerçek (Fiili) Maliyetler	17
1.3.8.2.	Öngörü Maliyetler.....	17
1.4.	Satış Maliyetleri	17
1.4.1.	Satılan Malın Maliyeti.....	17
1.4.2.	Satılan Ticari Mallar Maliyeti.....	17
1.5.	Maliyet Muhasebesinde Temel Kavramlar	17
1.5.1.	Gider.....	18
1.5.2.	Maliyet ve Gider Farkı	18
1.5.3.	Harcama	19
1.5.4.	Zarar	19
1.6.	Geleneksel Maliyet Davranışı	20
1.7.	Maliyet Yapışkanlığı (Asimetrik Maliyet Davranışı)	21
1.7.1.	Maliyet Yapışkanlığının Nedenleri	23
1.7.2.	Maliyet Yapışkanlığını Ölçme Yöntemleri.....	27
1.7.2.1.	ABJ Yöntemi	28
1.7.2.2.	Weiss Yöntemi.....	29
1.7.2.3.	Genişletilmiş ABJ Maliyet Yapışkanlığı Yöntemi	31
1.7.2.4.	İki Dönemli Maliyet Yapışkanlığı Yöntemi	31
1.7.2.5.	Doğrusal ABJ Yöntemi.....	32
1.7.2.6.	Asimetrik Kâr Davranışı İçin Düzeyler Modeli	33
1.8.	Maliyet Yapışkanlığı ile İlgili Literatür Taraması.....	34
1.8.1.	Yurt Dışında Yapılan Çalışmalar	34
1.8.2.	Türkiye’de Yapılan Çalışmalar	42
2.	KÂR YÖNETİMİ VE FİRMA KARAKTERİSTİKLERİ	46
2.1.	Kâr	46

2.1.1.	Kâr Yönetimi.....	47
2.1.1.1.	Kâr Yönetiminin Amaçları	49
2.1.2.	Kâr Yönetiminin Nedenleri.....	50
2.1.2.1.	Sermaye Piyasasından Kaynaklanan Nedenler.....	51
2.1.2.2.	Sözleşmeden Kaynaklanan Nedenler.....	52
2.1.2.3.	Politik Nedenler	53
2.1.3.	Kâr Yönetiminin Ölçümü.....	55
2.1.3.1.	Tahakkuk Esaslı Modeller	55
2.1.3.1.1.	Imhoff ve Eckel Modeli	55
2.1.3.1.2.	Healy Modeli	55
2.1.3.1.3.	DeAngelo Modeli	56
2.1.3.1.4.	Jones Modeli	57
2.1.3.1.5.	Düzeltilmiş Jones Modeli	58
2.1.3.1.6.	Endüstri Modeli	58
2.1.3.1.7.	Barton ve Simko Modeli.....	59
2.1.3.1.8.	Dechow ve Dichew Modeli	59
2.1.3.1.9.	Larcker-Richardson Modeli.....	59
2.1.3.1.10.	Kothari Modeli.....	60
2.1.3.2.	Karma Modeller	61
2.1.3.2.1.	Beneish Modeli	61
2.1.3.2.2.	Spathis Modeli	62
2.2.	Firma Karakteristikleri	63
2.2.1.	Kârlılık Oranı	63
2.2.1.1.	Net Kâr Marjı.....	63
2.2.1.2.	Aktif Kârlılık Oranı (ROA)	63
2.2.1.3.	Öz Sermaye Kârlılık Oranı (ROE).....	64
2.2.1.4.	Brüt Kâr Marjı Oranı	64
2.2.1.5.	Faaliyet Kârı Oranı	64
2.2.2.	Finansal Yapı Oranları	65
2.2.2.1.	Borç Oranı.....	65
2.2.2.2.	Finansal Kaldıraç Derecesi (Borçlar / Öz Sermaye Oranı).....	66
2.2.2.3.	Kısa Vadeli Borçların Ağırlığı Oranı.....	66
2.2.2.4.	Öz Sermaye Çarpanı Oranı	66

2.2.3. Firma Büyüklüğü	66
2.2.4. Firma Yaşı.....	67
3. MALİYET YAPIŞKANLIĞI İLE KÂR YÖNETİMİ VE FİRMA KARAKTERİSTİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: BORSA İSTANBUL ÜZERİNE BİR İNCELEME.....	68
3.1. Literatür Taraması	68
3.2. Maliyet Yapışkanlığının Varlığının Test Edilmesi	76
3.3. Ampirik Analiz.....	80
3.3.1. Araştırmanın Amacı	80
3.3.2. Örneklem ve Veri Seti.....	80
3.3.3. Araştırmada Kullanılan Analiz Yöntemi	80
3.3.3.1. Panel Veri Analizi.....	81
3.3.3.2. Panel Veri Analizinin Avantajları.....	82
3.3.3.3. Panel Veri Regresyon Modelleri.....	82
3.3.3.3.1. Klasik Model.....	83
3.3.3.3.2. Sabit Etkiler Modeli.....	84
3.3.3.3.3. Tesadüfi (Rassal) Etkiler Modeli	84
3.3.3.4. Çoklu Doğrusal Bağlantı	85
3.3.3.5. Panel Veride Tahmin Modelinin Seçilmesi	86
3.3.3.5.1. F Testi	86
3.3.3.5.2. Breush- Pagan Lagrange Çarpanı (LM) Testi.....	86
3.3.3.5.3. Hausman Testi	87
3.3.3.6. Panel Veri Modellerinin Varsayımlarının Testi.....	87
3.3.3.6.1. Değişen Varyans (Heteroskedasite).....	87
3.3.3.6.2. Otokorelasyon	88
3.3.3.6.3. Birimler Arası Korelasyon.....	89
3.3.3.7. Dirençli Tahminciler	89
3.3.4. Araştırmanın Hipotezleri ve Modelleri	90
3.3.5. Değişkenler	92
3.3.5.1. Bağımlı Değişken	92
3.3.5.2. Bağımsız Değişkenler	92
3.3.6. Araştırmanın Bulguları.....	93

3.3.6.1. Maliyet Yapışkanlığı ile Kâr Yönetimi ve Firma Karakteristikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	95
SONUÇ.....	103
KAYNAKÇA	107
ÖZGEÇMİŞ	
TEZ ORJİNALLİK RAPORU	



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo	Sayfa
Tablo 1: Maliyetlerin Sınıflandırılması.....	6
Tablo 2: Değişkenlere İlişkin Açıklamalar	77
Tablo 3: Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderlerinde Maliyet Yapışkanlığının Test Edilmesi	78
Tablo 4: Genel Yönetim Giderlerinde Maliyet Yapışkanlığının Test Edilmesi	79
Tablo 5: Satılan Ticari Mal Maliyetinde Maliyet Yapışkanlığının Test Edilmesi.....	79
Tablo 6: Tanımlayıcı İstatistikler	93
Tablo 7: Korelasyon Analizi Tablosu	94
Tablo 8: VIF Değerleri Tablosu.....	95
Tablo 9: Panel Veri Modeli Seçim Analizi Sonuçları (F Testi).....	96
Tablo 10: Panel Veri Modeli Seçim Analizi Sonuçları (LM Testi)	96
Tablo 11: Varsayımdan Sapmalar Test Sonucu (Heteroskedasite).....	97
Tablo 12: Varsayımdan Sapmalar Test Sonucu (Otokorelasyon).....	98
Tablo 13: Genel Yönetim Giderlerindeki Maliyet Yapışkanlığı ile Kâr Yönetimi Arasındaki İlişkinin Regresyon Sonucu.....	99
Tablo 14: Genel Yönetim Giderlerindeki Maliyet Yapışkanlığı ile Firma Karakteristikleri Arasındaki İlişkinin Regresyon Sonucu.....	100

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1: Toplam Sabit Maliyetler	9
Şekil 2: Birim Sabit Maliyetler	9
Şekil 3: Toplam Değişken Maliyet	11
Şekil 4: Birim Değişken Maliyetler	11



ÖNSÖZ

Geleneksel maliyet davranışı, işletmelerin faaliyet hacimlerinde meydana gelen artış ve azalışlara bağlı olarak maliyetlerin simetrik davrandıkları varsayımına dayanmaktadır. Ancak 2003 yılında Anderson, Banker ve Janakiraman tarafından yapılan çalışmada elde edilen yöntemle birlikte maliyetlerin simetrik davranmadıkları, yapışkan davranış sergiledikleri ifade edilmiştir. Yapışkan maliyet davranışının işletmeler tarafından anlaşılması, işletme kaynak ve kapasitelerini daha verimli kullanmalarına ve yönetmelerine yardımcı olacaktır. Bu çalışmada öncelikle maliyet yapışkanlığının varlığı test edilmiş daha sonra maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi ve firma karakteristikleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

Doktora tez çalışmam süresince bilgi ve tecrübesi ile yol gösteren, teşvik edici ve sabırlı yaklaşımıyla desteğini hiçbir zaman esirgemeyen değerli tez danışmanım Prof. Dr. Mehmet AYGÜN hocama teşekkürlerimi sunarım.

Tez sürecim boyunca bilgi, birikim ve tecrübesiyle beni yönlendiren ve hoşgörülü davranışıyla manevi desteğini sürekli hissettiğim değerli hocam Aysel ÖZTÜRKÇÜ AKÇAY' a teşekkürü bir borç bilirim.

Hayatım boyunca sevgi ve desteklerini hep hissettiğim değerli annem Filiz SEVİMLİ ve babam Vahdettin SEVİMLİ' ye teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Varlığıyla hayatımı güzelleştiren, doktora eğitimi süresince ilgilenmeyi ihmal ettiğim canım oğlum Yağız Ege ÖRGÜN' e teşekkürlerimi sunarım.

GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle birlikte işletmeler değişen ticaret koşullarına ayak uydurarak, müşteri arz ve taleplerine en iyi şekilde cevap vermeye çalışmaktadırlar. Sektöre yeni işletmelerin girmesiyle birlikte artan rekabete karşı işletmeler mevcut pazar paylarını korumalı ve rakiplerine karşı üstünlük sağlamaları gerekmektedir.

İşletme yöneticilerinin etkin bir şekilde faaliyetlerini yürütürken rakiplerine karşı üstünlük sağlayabileceği bir unsurda maliyettir. Maliyet işletmeler için planlama, kontrol ve karar alma mekanizmalarında önemli bir yere sahiptir. İşletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken belirli maliyetlere katlanması söz konusudur ve bu maliyetler sabit ve değişken maliyetler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Maliyet muhasebesinin temel varsayımı, faaliyetlerde meydana gelen artış ve azalışların sabit ve değişken maliyetleri de aynı oranda arttırıp azalttığı, başka bir ifadeyle bu maliyetlerin simetrik davrandıklarıdır. Ancak maliyet muhasebesi literatürüne farklı bir açıdan bakılmasını sağlayan maliyetlerin simetrik davranmadıkları durumu, maliyetlerin yapışkan davranış sergiledikleri varsayımına dayanmaktadır. Bu kavrama göre, faaliyet hacmindeki artışlarda artan maliyet oranı, faaliyet hacminde meydana gelen azalış durumundaki azalan maliyet oranıyla aynı olmamakta azalan maliyet oranı artıştaki maliyet oranına göre daha düşük olmaktadır.

Asimetrik maliyet davranışı kavramı ya da maliyet yapışkanlığı olarak tanımlanan bu kavram literatürde ilk kez 2003 yılında Anderson, Banker ve Janakiraman tarafından geliştirilen ABJ yöntemiyle ölçülmeye başlanmıştır. Daha sonra maliyet yapışkanlığının varlığını test edebilmek amacıyla ABJ yöntemi baz alınarak başka yöntemlerde geliştirilmiştir. Yaklaşık 20 yıldır yapılan ülkelerin, sektörlerin ve firmaların örneklem olarak alındığı çalışmalarda hangi maliyetlerin simetrik davrandıkları hangi maliyetlerin asimetrik davranış sergiledikleri belirlenmiştir. Daha sonra maliyet yapışkanlığı bulunan maliyetlerde asimetrik davranışa neden olan durumlar araştırılmıştır. Genel olarak bakıldığında literatürde maliyet yapışkanlığını nedenleri ayarlama maliyetleri, kendi çıkarlarını düşünen yöneticiler, yönetimsel iyimserlik ya da karamsarlık, yöneticilerin feshedilebilecek veya yeniden değerlendirmesi maliyetli olan sözleşmelerden kaçınması, vekâlet

teorisi, yönetici özgüveni, varlık ve çalışan yoğunluğu ve kâr yönetim uygulamaları olduğu görülmektedir.

Kâr yönetimi, yöneticilerin gerçek performanslarını gizledikleri finansal raporların hazırlanması ve sunulmasında benimsedikleri strateji ve teknikler olarak tanımlanmaktadır (Boakye vd. 2019). İşletme üzerinde son derece olumsuz etkisi olan ve zarar etme etkisini ortaya çıkaran satış gelirlerinin azalması durumunda yönetim baskı altına girmekte ve maliyetleri düşürmektedir. Böylece gelir arttığında veya azaldığında maliyetleri düşüren yönetici işletmenin finansal performansının iyi olduğunu göstermektedir. Yönetim ise işletme gelirlerinde meydana gelen düşüşün kalıcı olmadığını beklediğinde durgun kaynakları kesmeye istekli olmamakta ve maliyetleri ayarlamak istemektedir. Dolayısıyla bu durum maliyet yapışkanlığına neden olmaktadır (Megeid ve El-Deeb,2021:21).

Maliyet yapışkanlığı kavramının popülerliğine paralel olarak son yıllarda konuya ilişkin çok sayıda çalışmanın yapıldığı görülmektedir. İlk yapılan çalışmalarda genellikle maliyet yapışkanlığının varlığı test edilmiştir. Daha sonra maliyet yapışkanlığı ile firma karakteristikleri ve kar yönetimi arasındaki ilişkilerin incelendiği görülmektedir. Bu çalışmalar arasında Hashemi ve Nejati,2015; Xue ve Hong, 2016; Sayrani vd., 2018; Megeid ve El-Deeb,2021; Kontesa ve Brahmana, 2018; He vd., 2020; Zhao, 2020; Warganegara ve Tamara, 2014; Cheung vd. 2016 sayılabilir. Türkiye’de konuya ilişkin Yükçü ve Özkaya, 2011; Çelik ve Kök, 2013; Öztürk ve Zeren, 2016; Hacıhasanoğlu ve Dalkılıç, 2018; Erdoğan vd., 2019; Günay, 2019; Karabayır, 2019; Karadeniz vd. 2019; Bengü ve Fidancan, 2020; Gürkan ve Kaya, 2020; Horasan vd. 2020; Özkaya, 2020; Bengü ve Fidancan, 2022’ in çalışmaları önemlidir. Bu çalışmalarda maliyet yapışkanlığının varlığının test edildiği görülmektedir. Yaptığımız incelemelere göre maliyet yapışkanlığı, kâr yönetimi ve firma karakteristikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen Türkiye özelinde bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Yukarıdaki teorik tartışmalardan hareketle bu çalışmanın temel amacı, maliyet yapışkanlığı, kar yönetimi ve firma karakteristiği arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amacı gerçekleştirmek üzere yapılan çalışmada Borsa İstanbul’da faaliyet gösteren 196 firmanın 2012-2020 yıllarına ait 1764 firma-gözlem yılı verileri kullanılmıştır.

Çalışmada maliyet yapışkanlığının ölçümünde literatürde sıklıkla kullanılan ABJ yönteminden yararlanılmıştır. Maliyet unsurları olarak, Pazarlama Satış ve Dağıtım, Genel Yönetim ve Satılan Ticari Malların Maliyeti kullanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre genel yönetim giderlerinde maliyetlerin yapışkan oldukları tespit edilmiştir. Genel yönetim giderlerinde tespit edilen maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç elde edilememiştir. Maliyet yapışkanlığı ile firma karakteristikleri arasındaki ilişkinin analiz sonuçlarına göre firma kârlılığı ile istatistiksel olarak anlamsız olan ilişki, firma borçlanma oranı ve firma yaşı ile pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ancak firma büyüklüğü ile maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde maliyet ve maliyet yapışkanlığı kavramı, maliyet yapışkanlığına neden olan etkenler, maliyet yapışkanlığını ölçme yöntemleri ve konuyla ilgili yapılan yurt içi ve yurtdışı çalışmalara yer verilmiştir. İkinci bölümde kâr yönetimi kavramı, kâr yönetiminin nedenleri ve ölçme yöntemleri ile firma performansı, firma borçlanma oranı, firma büyüklüğü ve firma yaşını kapsayan firma karakteristikleri ile ilgili kavramsal çerçeveden bahsedilmiştir. Çalışmanın son bölümünü oluşturan üçüncü bölümde ise maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi ve firma karakteristikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen literatürdeki çalışmalara yer verilmiştir. Ayrıca bu bölümde araştırmanın ampirik analizi ve bulguları da yer almaktadır.

1. MALİYET VE MALİYET YAPIŞKANLIĞI KAVRAMI

İşletmeler, ömürlerinin sonsuz oldukları varsayımı ile birlikte faaliyetlerini ulaşabilecekleri maksimum düzeyde getiri elde ederek devam ettirmek isterler. Bu amaçlara ulaşılabilmesi için ise işletmenin elindeki kaynaklarını en etkin biçimde kullanması gerekmektedir. Bu yüzden yöneticilerin bu etkinlik kapsamında yatırım, faaliyet ve finansmandan kaynaklanan maliyetleri iyi yönetebilmesi ve bu maliyetlerin üzerinde geliri elde edebilecek kararlar vermek zorundadırlar. Bu kararlarla birlikte yöneticiler işletmede oluşan maliyetlerin yapısını ve doğasını iyi anlayıp buna göre hareket etmelidir (Günay, 2019: 11).

İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilme, belirledikleri hedeflere ulaşabilme amacıyla bazı maliyetlere katlanmaları gerektiği ve yoğun rekabet ortamında işletme yöneticilerinin planlama, karar alma ve kontrol gibi fonksiyonları yerine getirirken ihtiyaç duydukları bilgilerin önemli kısmı maliyetler ile ilgilidir. Bu yüzden yöneticiler karar alacakları zaman aldıkları kararın maliyetler üzerindeki etkisini öngörmeleri gerekmektedir (Temel, 2021: 46). Yöneticiler tarafından alınan bu kararlar çalışmanın ana konusu olan maliyet yapışkanlığının nedenlerinden biridir. Maliyet yapışkanlığı, satışlarla orantılı olarak maliyetlerde meydana gelen yükselmenin aynı oranda düşmemesi durumunda oluşmaktadır.

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle maliyetin tanımı ve sınıflandırılmasından bahsedilmektedir. Daha sonra maliyetlerinin simetrik ve doğrusal davrandığı geleneksel maliyet davranışları ve maliyetlerinin simetrik ve doğrusal davranmadığı asimetrik maliyet davranışı başka bir terimle; maliyet yapışkanlığının ne olduğu açıklanmaktadır. Ayrıca, maliyet yapışkanlığının nedenleri ve ölçme yöntemlerine de yer verilmiştir.

1.1. Maliyet

İşletmelerin belirli hedeflere ulaşmak, faaliyetlerini sürdürmek ve değer maksimizasyonu yaratmak amacıyla katlanmak zorunda oldukları bazı maliyetler bulunmaktadır. Maliyet hem üretim işletmeleri hem de ticari işletmeler ile ilgili bir kavramdır. Üretim işletmeleri için, üretilen mamulün tamamen bitip mamul haline gelinceye kadar yapılan tüm fedakârlıklardan oluşmaktadır. Ticari işletmelerde maliyet ise, satın alınan malın bedeli ve bu malın elde edilmesi için yapılan tüm

giderlerin toplamından oluşmaktadır (Yükçü, 2018). Literatürde maliyet kavramı ile ilgili farklı tanımlamalar yer almaktadır.

Periasamy (2010: 298) maliyeti belirli bir şeyde meydana gelen tüm masrafların toplamı olarak ifade ederken, “Amerikan Sertifikalı Kamu Muhasebecileri Enstitüsü” ise maliyeti, gerçekleştirilen hizmetler veya alınan ya da alınacak olan mal ve hizmetlerle ilgili olarak katlanılan yükümlülük olarak tanımlanmaktadır.

Özel (2010: 35) maliyet kavramının bilimde Anglosaksan yaklaşımı ve Germen yaklaşımı olmak üzere iki yaklaşımla açıklandığından bahsetmektedir. Anglosaksan yaklaşımına göre maliyet harcama sonucu doğmaktadır. Germen yaklaşımında ise maliyet harcamadan değil, giderlerden oluşmaktadır.

Lanen, Anderson ve Maher (2011: 38) maliyeti kaynakların feda edilmesi şeklinde açıklamışlardır.

Horngren, Datar ve Rajan (2015: 51) maliyeti belirli bir hedefe ulaşmak için feda edilen veya vazgeçilen kaynak olarak tanımlamışlardır.

Bir varlığı elde etmek için elden çıkardığımız ya da çıkaracağımız varlıkların parasal değerine maliyet denir (Elmacı,2018).

Haftacı (2019), maliyeti daha kısa ve öz olarak mal ve hizmet üretimi için değer kullanımı olarak belirtmiştir.

Büyükmirza (2019)’a göre maliyet, hedeflenen sonuca ulaşmada katlanılması gereken özverilerin parasal toplamı olarak tanımlanmaktadır.

Savcı (2019) ise maliyet kavramını daha çok üretim sürecinde katlanılan değer kullanımı olarak ifade etmiştir.

Akdoğan (2018) maliyeti “*herhangi bir malı veya hizmeti, kullanıldığı veya satıldığı yerde veya durumda elde edebilmek için doğrudan doğruya veya dolaylı olarak yapılan toplam harcamalar*” olarak tanımlar.

Yükçü (2018: 41) ise maliyet kavramını, “*bir amaca ulaşmak ve bir nesneye sahip olmak için katlanılan fedakârlıkların tümü*” olarak tanımlanmaktadır.

Altuğ (2018) ise en genel tanımıyla maliyet, “belirli bir amaca ulaşmak için katlanılan, parasal olarak ifade edilebilen ve bir değer birikiminin oluşmasına olanak veren fedakârlıkların tümü” şeklinde tanımlamıştır.

Hansen, Mowen ve Heitger (2022)’ e göre maliyet, işletmeye şimdi veya gelecekte fayda sağlaması beklenen mal ve hizmetler için feda edilen nakit ve nakit eşdeğeri değerdir.

1.2. Maliyet Objesi

Muhasebede maliyet objesi ya da maliyet nesnesi olarak geçen kavram, maliyetleri saptanan şeylerin daha iyi ifade edilmesi için kullanılmaktadır. Maliyet objesi veya nesnesi, maliyetlerin ölçüldüğü ve tahsis edildiği ürün, müşteri, departman ve projeleri içeren herhangi bir şey olabilmektedir (Hansen vd., 2022:40). Bu yüzden maliyet kavramının maliyet objesi ile kullanılmasıyla yapılan tanımlamaların daha anlamlı olduğu belirtilmiştir.

Maliyet objesi, maliyeti hesaplanmak istenen birim (Köse ve Ağdeniz, 2019: 11) veya maliyet ölçümü istenen herhangi bir şey olarak tanımlanmaktadır (Hongren vd. 2015: 51). Başka bir deyişle muhasebe bilgisi kullanıcıları herhangi bir şeyin maliyetini bilmek istediğinde buna maliyet objesi denmektedir (Drury, 2018: 28). Maliyet objeleri, mamul, yarı mamul, satılan mamul ya da hizmetler olabilir.

1.3. Maliyetlerin Sınıflandırılması

Maliyetlerin sınıflandırılmalarıyla ilgili yapılan incelemelerde çeşitli şekillerde sınıflandırılmaların söz konusu olduğu görülmektedir. Ancak literatürde genel olarak kullanılan sınıflandırma şekli aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1: Maliyetlerin Sınıflandırılması

Üretim Hacmiyle İlişkisine Göre	Sabit Maliyetler
	Değişken Maliyetler
	Karma Maliyetler
Maliyetlerin Ürüne Yüklenmesine Göre	Direkt Maliyetler
	Endirekt Maliyetler

Üretimle İlişkisine Göre	Birincil Maliyetler
	Dönüşüm Maliyetleri
Maliyetlerin Dönemle İlişkilerine Göre	Üretim Maliyetleri (Stoklanabilir)
	Dönem Maliyetleri (Stoklanamayan)
Maliyetlerin Ortaya Çıktığı Departmana Göre	Üretim Departmanı Maliyetleri
	Hizmet Departmanı Maliyetleri
Maliyetlerin Kontrol Edilebilirliğine Göre	Kontrol Edilebilen Maliyetler
	Kontrol Edilemeyen Maliyetler
Fonksiyonlarına Göre	Üretim Maliyetleri
	Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderleri
	Genel Yönetim Giderleri
	Araştırma ve Geliştirme Giderleri
	Finansman Giderleri
Kullanılan Rakamların Niteliğine Göre	Gerçek (Fiili) Maliyetler
	Öngörü Maliyetleri (Tahmini ve Standart)

(Köse ve Ağdeniz, 2019: 14 ve Küçüksavaş, 2006: 32).

1.3.1. Maliyetlerin Üretim Hacmiyle İlişkisine Göre Sınıflandırılması

Maliyet davranışı çıktı seviyesi değiştiğinde maliyetlerin buna göre nasıl değiştiğini gösteren durumdur (Hansen Mowen ve Guan, 2009: 51). Maliyetler faaliyet hacimlerinde meydana gelen değişimlere göre etkilenip etkilenmemeleri durumları itibariyle sabit maliyet, değişken maliyet ve karma ya da karışık maliyet olmak üzere üçe ayrılmaktadırlar (Akdoğan,2018).

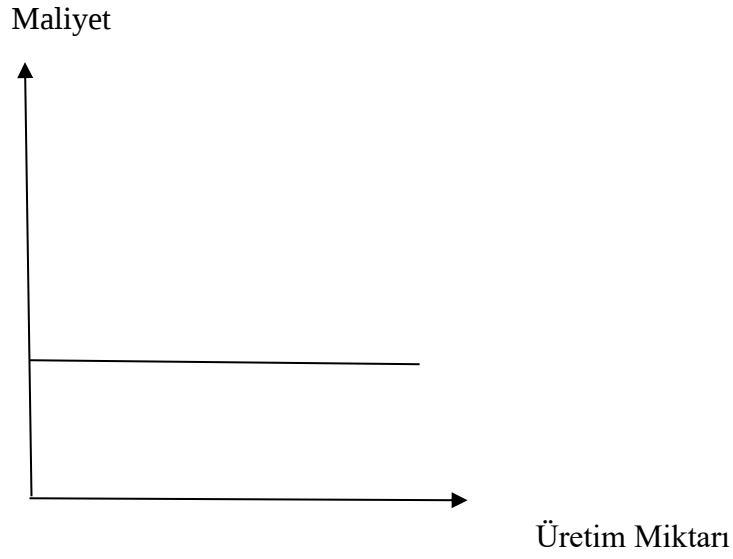
İşletmeler açısından maliyetlerin sabit ve değişken olarak belirlenmesi, bir kısım yönetim kararlarının alımında faydalı bilgiler sağlamakta ve performans değerlendirmede önemli girdiler meydana getirmektedir (Horngren vd. 2015: 54).

1.3.1.1. Sabit Maliyetler

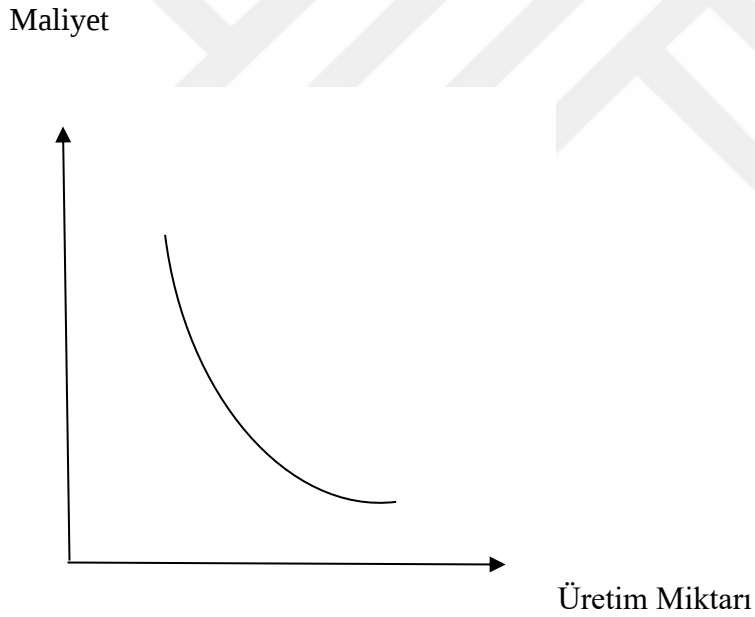
Sabit maliyetler işletmelerin üretim hacimlerindeki değişimlerden etkilenmeyen maliyetleridir. Üretim miktarı azalması ya da artması sabit maliyetleri etkilememekte ve işletmeler bu maliyetlere katlanmak zorundadırlar. Ancak belirli bir üretim hacmi ve zaman dilimi bu sabitliği sınırlandıran iki unsurdur. Bu sınırın dışına çıkıldığında sabit maliyetlerdeki sabitlik ifadesi ortadan kalmaktadır (Gürdal,2019: 25). Sabit maliyetleri farklı yazarlar tarafından yapılan birkaç tanımlaması aşağıdaki şekildedir:

- Çıktı değiştikçe değişmeyen maliyetler sabit maliyetlerdir (Hansen vd., 2009:51).
- Sabit maliyetler belirli miktarda üretim hacmi ve belirli süredeki üretimden kaynaklanan artış ve azalışlardan etkilenmeyen maliyetlerdir (Elmacı,2018: 49).
- Toplam faaliyet seviyesi veya üretilen çıktı hacmindeki değişikliklerle orantılı olarak değişmeyen maliyetler sabit maliyetler olarak adlandırılırlar (Horngren vd., 2015: 54).
- Kira, amortisman, sigorta gideri gibi üretim hacmindeki değişimlerden bağımsız olan giderlerdir (Lazol,2016:14).
- Sabit maliyetler, toplam maliyetlerin üretim hacmi değiştiğinde değişmeyen kısmıdır (Akgün, 2017: 42).
- Belirli bir zaman döneminde maliyetlerin üretim miktarıyla artıp azalmadığı maliyetlerdir (Yükçü,2018:67).

Genel kabul gören toplam sabit maliyet şekli (Şekil 1) ve birim sabit maliyet şekli (Şekil 2) aşağıdaki gibidir.



Şekil 1: Toplam Sabit Maliyetler



Şekil 2: Birim Sabit Maliyetler

(Gürdal, 2019: 27)

Sabit maliyetler üretim hacminden bağımsız olarak ortaya çıktığından dolayı üretim yapılınsın ya da yapılması sabittir. Ancak maliyetlerin üretim miktarına bölünmesiyle ortaya çıkan birim sabit maliyetler üretim miktarıyla ters orantılıdır (Gürdal, 2019:26).

Sabit maliyetler, yapısal sabit maliyet ve istemli ya da programlanmış sabit maliyetlerin toplamından oluşmaktadır.

Yapısal sabit maliyetler, işletmelerin fiziksel, örgütsel ve finansal yapısından kaynaklanan maliyetler olup mevcut yapı değişmeden bu maliyetlerin ortadan kalkması mümkün değildir (Büyükmirza,2019:421).

İstemli ya da programlanmış sabit maliyetler ise, üst yönetim tarafından dönem başında kararlaştırılarak bütçeye konulan maliyetlerdir (Akdoğan,2018:26). İstemli maliyetlerin amacı, mevcut satış gelecekte de korumak ve yeni satışlar yapmaktır. Araştırma ve geliştirme giderleri, personelin eğitimi için yapılan giderler örnek olarak verilebilir (Büyükmirza,2019:421).

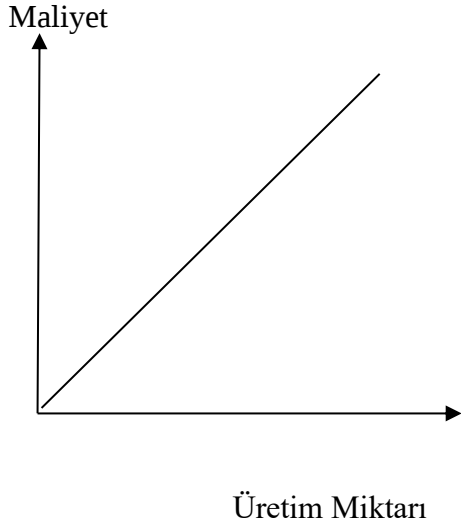
1.3.1.2. Değişken Maliyetler

Değişken maliyetler sabit maliyetlerin aksine üretim miktarına göre aynı yönde artıp azalan ancak aynı oranda artıp azalması zorunlu olmayan maliyetlerdir. Bu ifadeyle değişken maliyetlerin; doğrusal değişken maliyetler, artan oranlı değişken maliyetler, azalan oranlı değişken maliyetler ve salt azalan maliyetler olmak üzere dört derecesi bulunmaktadır. (Bengü ve Fidancan,2020:334).

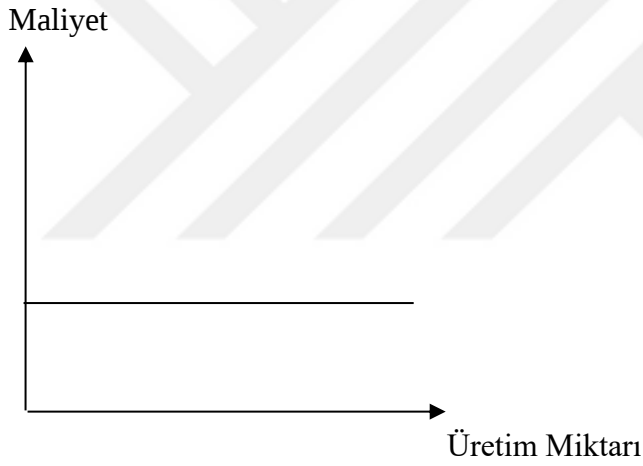
Hansen vd. (2009: 52) toplam faaliyet seviyesi veya üretilen çıktı hacmindeki değişikliklerle orantılı olarak değişen maliyetleri, değişken maliyetler olarak tanımlamaktadırlar.

Lazol (2016: 14)'e göre değişken maliyetler üretim hacmiyle orantılı bir şekilde değişen maliyetlerdir. Periasamy (2010: 308) değişken maliyetleri üretim hacmiyle doğrudan bağlantılı olan maliyetler olarak tanımlamakta ve işçi ücretleri ve malzeme maliyetlerini örnek olarak göstermektedir.

En genel tanımıyla Büyükmirza (2019: 422) değişken maliyetleri, maliyetlerin faaliyet hacmiyle aynı yönde ve aynı oranda değiştiğini, faaliyet hacmi sıfır olduğunda ise değişken maliyetleri ortadan kalkan maliyetler olarak tanımlamaktadır. Genel kabul gören toplam değişken maliyet şekli (Şekil 3) ve birim değişken maliyet şekli (Şekil 4) aşağıdaki gibidir (Gürdal, 2019: 27).



Şekil 3: Toplam Değişken Maliyet



Şekil 4: Birim Değişken Maliyetler

Üretilen her birim için aynı miktarda değişken maliyete katlanıldığından toplam değişken maliyetler grafiğinde üretim miktarı ve maliyet arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Birim değişken maliyetin sabit olması yönetim ve maliyet muhasebesinde genel kabul görmüş bir durumdur (Gürdal, 2019: 27).

Değişken maliyetlere direkt işçilik, ilk madde ve malzeme, ticaret işletmelerinde satılan malın maliyeti ve enerji maliyetleri örnek olarak gösterilebilir (Köse ve Ağdeniz, 2019: 17).

1.3.1.3. Karma (Karışık) Maliyetler

Karma maliyetler hem sabit maliyeti hem de değişken maliyeti içerirler. Periasamy (2010:308) ise bu maliyetleri üretim hacmi ile ilgili olarak yarı sabit yarı değişken olarak tanımlamaktadır. Tesis, makinelerin amortismanı ve bakım maliyetlerini hem sabit hem değişken maliyet özelliğine sahip olduğunu belirtmektedir. Satış temsilcilerine bir maaş ve satış komisyonu ödemesinin yapılması karma maliyetlere örnek olarak verilebilir (Hansen vd. 2009:53).

Yarı değişken maliyet ve yarı sabit maliyet olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Küçüksavaş, 2006:43). Yarı değişken maliyet, belirli bir iş hacmine kadar sabit maliyet özelliği göstermekte ve işletmedeki faaliyetler arttıkça değişken maliyet özelliği gösteren maliyetlerdir (Kaygusuz ve Dokur, 2018:35). Yarı sabit maliyet ise belirli bir faaliyet seviyesine kadar sabit giderken faaliyetler arttığında sıçrayarak artıp bir sonraki sıçrama noktasına kadar sabit kalan maliyetlerdir (Lazol,2016:16).

1.3.2. Maliyetlerin Ürüne Yüklenmesine Göre Sınıflandırılması

Maliyetlerin ürünlere yüklenebilme durumuna göre sınıflandırılması, ürün ve maliyet arasında kurulan ilişkiye bağlı olarak yapılmaktadır. Dolayısıyla maliyetlerin ürünle veya bölümle olan ilişkisine göre direkt (doğrudan) maliyetler ve endirekt (dolaylı olarak) maliyetler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

1.3.2.1. Direkt Maliyetler

Ürünün üretilmesinde mamulle ya da mamulün üretildiği bölümle kolaylıkla (Yükçü, 2018: 83) ve bir dağıtım anahtarı kullanmadan doğrudan ilişki kurulabiliyorsa bu maliyetler *direkt maliyetler* olarak adlandırılırlar (Erol, Atmaca ve Terzi, 2015:14).

1.3.2.2. Endirekt Maliyetler

Üretimi yapılan ürün ya da bölümle doğrudan ilişki kurulamayan ve direkt maliyetler dışında kalan maliyetler *endirekt maliyetler* olarak adlandırılırlar (Ertaş, 2016:23). Ancak ürünle doğrudan ilişki kurulabilen maliyetler, parasal olarak önemsiz sayılan giderlerden oluşuyorsa endirekt maliyetler olarak sınıflandırılırlar (Karakaya, 2014:40).

1.3.3. Maliyetlerin Üretimle İlişkilerine Göre Sınıflandırılması

Direkt ilk madde ve malzeme, direkt işçilik ve genel üretim maliyetlerinden oluşan ürün maliyet unsurları maliyetlerin üretimle ilişkilerine göre sınıflandırılmasıyla doğrudan ilgilidir. **Direkt ilk madde ve malzeme maliyetleri**, ürünün üretiminde gerekli olan ve doğrudan ürüne yüklenebilen temel madde ve malzeme kullanımından oluşur. **Direkt işçilik maliyetleri**, ürünün şekillendirilmesi ve dönüştürülmesinde belirleyici role sahip olan doğrudan izlenebilen işçilik maliyetlerinden oluşur. Üretim faaliyetleri ile ilgili katlanılan, üretim çıktılarıyla ilişkisi dolaylı olarak kurulabilen enerji, kira, sigorta ve yardımcı madde gibi diğer üretim maliyetleri de **genel üretim maliyetlerini** oluşturur.

Maliyetler üretim ilişkilerine göre birincil (ilk) maliyetler ve dönüşüm maliyetleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Altuğ, 2018:30).

1.3.3.1. Birincil (İlk) Maliyetler

Direkt ilk madde ve malzeme maliyeti ve direkt işçilik maliyeti toplamından oluşmaktadır.

Birincil Maliyetler = Direkt ilk madde ve malzeme maliyetleri + Direkt işçilik maliyetleri

1.3.3.2. Dönüşüm Maliyetleri

Direkt işçilik maliyetleri ve genel üretim maliyetlerinin toplamından oluşmaktadır.

Dönüşüm Maliyetleri = Direkt işçilik maliyetleri + Genel üretim maliyetleri

1.3.4. Maliyetlerin Dönem İlişkilerine Göre Sınıflandırılması

Maliyetler hasılat ile karşılaştıkları zamana göre de sınıflandırılabilirler. Başka bir deyişle, bazı maliyetler önce sermaye harcamaları olarak kaydedilir ve kullanıldıklarında ya da tüketildiklerinde gider olarak kayıtları yapılabilir. Maliyetlerin dönem ilişkilerine göre sınıflandırılmasıyla yönetim, gelirin ölçülmesi, finansal tabloların hazırlanması ve dönemin gelir ve gider hesaplarının karşılaştırılmasına yardımcı olmaktadır. Dönem ilişkilerine göre sınıflandırılan

maliyetler üretim maliyetleri (stoklanabilir) ve dönem maliyetleri (stoklanamayan) olmak üzere ikiye ayrılır (Küçüksavaş, 2006: 51):

1.3.4.1. Üretim Maliyetleri (Stoklanabilir)

Direkt ilk madde ve malzeme, direkt işçilik ve genel üretim giderleri gibi ürüne doğrudan ya da dolaylı olarak yüklenebilen maliyetlere *üretim maliyetleri* denir. Üretim maliyetleri, ürünler satılincaya kadar fayda sağlamamakla birlikte üretim tamamlandığı zaman üretim maliyeti üzerinden mamul stokuna alınırlar. Mamuller satıldıklarında satılan mamuller maliyeti olarak adlandırılırlar ve gider olarak kaydedilirler.

1.3.4.2. Dönem maliyetleri (Stoklanamayan)

Mamullerle doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkisi olmayan dönem maliyetleri stoklanamazlar ve ilgili döneme hemen yüklenirler. Üretim maliyeti dışındaki tüm maliyetler dönem maliyetidirler. Genel yönetim gideri, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri dönem maliyetlerine örnek olarak verilebilirler.

1.3.5. Maliyetlerin Ortaya Çıktığı Departmana Göre Sınıflandırılması

Üretimin yapıldığı yerler olan departmanlar, yönetime, maliyetlerin izlenmesinde ve başarının kontrolünde yardımcı olmaktadır. Üretim işletmelerinde maliyetler üretim departmanı maliyeti ve hizmet departmanı maliyeti olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Erol, vd. 2015:15).

1.3.5.1. Üretim Departmanı Maliyetleri

Üretim departmanı, üretimin yapıldığı ve hammaddenin mamul haline dönüştürülmesi için makine ve el ile yapılan tüm faaliyetleri içermektedir. Bu departmanlarda ortaya çıkan maliyetler üretim departmanları maliyetlerini oluşturmaktadır.

1.3.5.2. Hizmet Departmanı Maliyetleri

Hizmet departmanı, üretim yapılan departmanlara hizmet sunan ve üretimin yapılmadığı yerdir. Fabrikanın güvenlik bölümü, personel bölümü, yemek bölümü hizmet departmanlarına örnek verilebilir. Bu departmanlardaki maliyetler hizmet departmanı maliyetini oluştururlar.

1.3.6. Maliyetlerin Kontrol Edilebilirliğine Göre Sınıflandırılması

Sorumluluk merkezi yöneticisinin inisiyatifine bırakılıp bırakılmamasına göre ayırt edilen maliyetler kontrol edilebilen maliyetler ve kontrol edilemeyen maliyetler olmak üzere ikiye ayrılır (Ertaş, 2016:32).

1.3.6.1. Kontrol Edilebilen Maliyetler

Yöneticinin inisiyatifine bırakılan maliyetler kontrol edilebilir maliyetlerdir ve direkt ilk madde ve malzeme maliyetleri ile direkt işçilik maliyetleri yönetici tarafından kontrol edilebilir olduğundan bu maliyet sınıfında yer almaktadır.

1.3.6.2. Kontrol Edilemeyen Maliyetler

Yönetici tarafından karar verilemeyen ya da verilecek karar yöneticinin inisiyatifinde olmayan maliyetler kontrol edilemeyen maliyetler sınıfında yer almaktadır.

1.3.7. Maliyetlerin Fonksiyon Esasına Göre Sınıflandırılması

İşletmelerde giderler tek düzen hesap planının 7/A seçeneğine göre fonksiyon giderleri, direkt ilk madde ve malzeme giderleri, direkt işçilik giderleri ve genel üretim giderlerinden oluşan üretim giderleri, araştırma ve geliştirme giderleri, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, genel yönetim giderleri ve finansman giderleri olmak üzere beşe ayrılmaktadır.

1.3.7.1. Üretim Giderleri

İşletmelerin üretim fonksiyonu ile ilgili olarak katlandığı ve üretilen mal veya hizmetlere yüklenen giderler üretim giderleridir. Direkt ilk madde malzeme giderleri, direkt işçilik giderleri ve genel üretim giderleri olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Köse ve Ağdeniz, 2019:17).

Üretim giderlerine yüklenemeyen ancak faaliyetlerin devam ettirilmesi için yapılması gerekli olan giderler araştırma ve geliştirme giderleri, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri ve genel yönetim giderleridir (Bengü ve Fidancan, 2020:332).

1.3.7.2. Araştırma ve Geliştirme Giderleri

Araştırma ve geliştirme giderleri hesabına üretim aşamasında olan mamullere ait maliyetleri düşürmek, işletmelerde kullanılan yöntemleri geliştirmek ya da yeni yöntemler bulmak, üretimde kullanılan makinelerin yenilerinin alınması ya da mevcut makinelerin geliştirilmesini sağlamak amacıyla araştırmalar yapmak, pazarlama ve satış faaliyetlerini geliştirmek gibi işlemler gider olarak kaydedilir (Haftacı, 2019:378).

1.3.7.3. Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri

Mamulün stoklara verildiği ve hizmetin tamamlandığı andan itibaren bu mal ve hizmetlerin alıcılara teslimine kadar yapılan giderlerdir (Ertaş,2016:57). Pazarlama, satış ve dağıtım faaliyetleriyle ilgili olarak yapılan endirekt işçilik, malzeme, personel giderleri, vergi, resim, harç ve amortismanlardan oluşmaktadır (Akgün,2017).

1.3.7.4. Genel Yönetim Giderleri

Bir işletmenin yönetim işlevleri, işletme politikasının belirlenmesi, örgüt ve kadro oluşumu, büro hizmetleri, kamu ilişkileri, güvenlik, hukuk işleri, personel işleri, kredi ve tahsilatı da kapsayan muhasebe ve mali işler servislerinin giderleri bu hesaba kaydedilir. İşletmenin ana faaliyeti ile doğrudan ilişkili olan genel nitelikteki değer kullanımları bu hesapta izlenir (Özel,2010:88).

1.3.7.5. Finansman Giderleri

Finansman fonksiyonunun giderleri ile alakalı işletmelerin para bulma ve kullanmalarıyla ilgili olarak yaptıkları giderlerinin izlendiği hesaptır (Lazol, 2016:12). İşletme faaliyetlerinin devamı amacıyla borçlanılan miktarlarla ilgili faizler, kur farkları ve komisyon gibi giderler yer almaktadır (Özel, 2010:89).

1.3.8. Maliyetlerin Kullanılan Rakamın Niteliğine Göre Sınıflandırılması

Maliyet hesaplarında maliyetler esas alınan rakamın *gerçek* ya da *öngörü* rakam olup olmadığına göre sınıflandırılabilir (Altuğ,2018:28).

1.3.8.1. Gerçek (Fiili) Maliyetler

Bir mamulün ya da hizmetin üretimi tamamlandıktan sonra, fiili olarak ortaya çıkan maliyet rakamları üzerinden hesaplanan maliyetlerine gerçek maliyet denilmektedir.

1.3.8.2. Öngörü Maliyetler

Mamul ya da hizmetin üretim faaliyeti gerçekleşmeden, tahmini değerlerle hesaplanan maliyetlerine ise öngörü maliyetler denilmektedir.

1.4. Satış Maliyetleri

Üretim işletmelerinin en önemli fonksiyonlarından biri de satın aldıkları veya ürettikleri mal ve hizmetleri pazarlama faaliyetleri kapsamında satmalarıdır. Ticari işletmeler satılmak amacıyla mal aldıklarından herhangi bir değişikliğe gerek duymadan tekrar satarlar. Bu yüzden üretim işletmesi ile ticari işletmelerin satış maliyetlerini hesaplaması farklıdır. (Küçüksavaş,2006:93) Ticari işletmelerde bu kavram satılan mal maliyeti ancak sanayi işletmelerinde ise satılan mamul maliyeti, hizmet işletmelerinde ise satılan hizmet maliyeti olarak ifade edilmiştir (Savcı, 2019:79).

1.4.1. Satılan Malın Maliyeti

Satılan malın maliyeti, sanayi işletmelerinde cari hesap döneminde müşterilere satılan mamul mal envanterinin maliyetidir (Drury, 2018:370).

1.4.2. Satılan Ticari Mallar Maliyeti

İşletmelerde herhangi bir değişikliğe uğramadan satılmak amacıyla alınan ticari mallar gibi kalemlerin maliyetlerinden oluşmaktadır (Akgün, 2017).

1.5. Maliyet Muhasebesinde Temel Kavramlar

Maliyet muhasebesi açısından birbirleri ile ilişkili olan gider, harcama ve zarar kavramları birbirlerinden farklı anlamlara sahiptir.

1.5.1. Gider

Gider kavramını bilanço yaklaşımı ve gelir yaklaşımına göre tanımlamak mümkündür. Bilanço yaklaşımına göre, varlık ve borçlardaki değişikliklerden tanımlanacağı gibi, sonuç hesaplarından yola çıkarak kârı olumsuz etkileyen hareketler olarak da tanımlanabilir.

Gelir yaklaşımında gider kavramı ise, firmanın varlığını ve faaliyetlerini sürdürebilmesi ve gelir elde edebilmesi için belirli bir dönemde kullanılan ve tüketilen girdilerin faydası tükenmiş maliyetlerinin hasılatтан düşürülen kısmı olarak ifade edilmektedir (Akdoğan, 2018:7).

İşletme faaliyetlerinin yürütülmesinde gerekli olan ve varlık ve hizmet tüketimleri ile normal ölçülerde yapılan tüm harcamalar giderdir (Büyükmirza,2019).

Haftacı (2019:26) gideri işletmenin yaşamını sürdürebilmesi ve faaliyetlerini gerçekleştirmek için belirli bir zaman diliminde kullanılan ve tüketilen mal ve hizmetlerin değer olarak tutarı olarak tanımlarken Gürdal (2019:21) ise değer olarak tutar ifadesi yerine parasal tutarı olarak tanımlamaktadır.

Elmacı (2018)'e göre gider, işletmenin yaşamını sürdürebilmesi için belirli bir dönemde kullandığı mallar ya da satın aldığı hizmetlerden dolayı varlıklarında meydana gelen azalışlar yükümlülüklerindeki artışlar olarak ifade edilmektedir.

1.5.2. Maliyet ve Gider Farkı

Muhasebe literatürüne bakıldığında bazı yazarların maliyet yerine gider ifadesini kullandığını ve bu durumun günlük hayatta da sıklıkla karıştırıldığı görülmektedir. Ancak gider kavramı ve maliyet kavramını birbirinden ayırmak oldukça önemlidir. Çünkü bu kavramların karıştırılması işletmenin hem dönem kârını hem de vergi yükümlülüğünü etkileyecektir.

Maliyet genel tanımıyla bir amaca ulaşmada katlanılan fedakarlıkların parasal tutarını ifade ederken gider ise, bir muhasebe döneminde hasılatтан çıkarılan maliyettir (Lanen vd. 2011:38). Bu tanımla benzer olarak Savcı (2019:9) gider kavramını gelirden düşülen faydası tükenmiş maliyetler olarak tanımlamaktadır.

Aradaki farkı ayrıştırmak adına bir örnek verecek olursak, işletmenin 2022 yılında 100 TL’lik kâğıt aldığını varsayalım. Bu kâğıtların 50 TL’lik kısmını işletmenin faaliyetlerinin devamı için şirketteki yazışmalarda kullansın, 50 TL’lik kısmını da sattıkları mal için ambalaj olarak kullansın. Dolayısıyla burada 50 TL’lik gider 50 TL’lik de maliyetten söz edilebilir. Gider olan 50 TL dönem kârını azaltmakta, maliyet olan 50 TL ise malın maliyetine eklenmektedir.

1.5.3. Harcama

Harcama kavramı, bir varlığı elde etme, bir hizmeti sağlama ya da bir zararı karşılama amacıyla yapılan nakit ve nakit benzeri araçlarla yapılan ödeme veya borçlanmalar olarak tanımlanmaktadır (Ertaş, 2016: 14; Yükçü, 2018: 50). Borçlanmadan kasıt nakit ödemenin geciktirilmesidir.

Ancak muhasebe kitaplarında harcama ile ilgili yapılan farklı tanımlamalar da bulunmaktadır. Erol vd. (2015) nakit ve benzeri araçlarla yapılan ödemeleri harcama olarak tanımlamakta ve hangi amaçla olursa olsun işletme için tüm yapılan ödemeler harcama olarak kabul edilmektedir. Örnek verecek olursak, harcama belirli bir dönem için gelir elde etmek için ve faaliyetlerinin devamı için yapılıyorsa bu aynı zamanda gider olarak da nitelendirilmektedir. Üretimde çalışan işçiye yapılan ücret ödemesi, satıcıya yapılan borç ödemesi birer harcamadır (Gürdal, 2019: 14).

1.5.4. Zarar

Zarardan bahsedebilmek için işletme açısından bir kaybın olması söz konusudur. Kavram, giderin gelirden fazla olması durumu veya gider ve gelir arasındaki olumsuz fark olarak tanımlanabilir.

Gürdal (2019), işletme belirli bir dönemde katlandığı giderler karşılığında gelir elde edemiyorsa, burada elde edilemeyen gelirin karşılığı olan giderin zarara dönüştüğünü ifade etmiştir.

Karakaya (2014) ise maliyet muhasebesi açısından zararın daha dar bir tanımlamasının yapılması gerektiğini böylece zararın gider ve maliyet kavramları açısından farkının ortaya konulabileceğini belirtmiştir. Yazara göre, zarar kavramı işletmenin faaliyetlerini sürdürürken yaptığı gereksiz veya gereğinden fazla yaptığı

tüketimler olarak ifade edilmiştir. Başka bir deyişle, zarar için boşa yapılan veya ekonomik fayda yaratmayan tüketimler olduğu söylenebilir.

1.6. Geleneksel Maliyet Davranışı

Maliyet ve yönetim muhasebesinde, maliyet davranışı kavramı ve bu kavramın anlaşılması önemli bir unsur haline gelmiştir. Global rekabet içerisinde ekonomi lokomotif olarak nitelendirilen işletmeler hayatta kalabilme, rakiplerine karşı üstünlük elde edebilme ve değişimlere karşı ayak uydurabilmeleri için maliyet davranışını iyi analiz etmeleri gerekmektedir (Horasan, Ağ ve Yılmaz., 2020:186). İç ve dış pazarlarda artan rekabet, yöneticilerin maliyet yapılarını ve davranışlarını daha iyi belirlemelerini sağlamaktadır (Nassirzadeh, Saei, Salehi ve Bayegi, 2013: 80). Ayrıca maliyet davranışı işletme yöneticilerine bütçe hazırlanması, temettü ödemelerinin planlanması, nakit akışlarını tahmin etme ve proje kârlılıklarını değerlendirme gibi birçok alanda yardımcı olan önemli bilgiler sunmaktadır (Kontesa ve Brahmana, 2018: 2).

Geleneksel maliyet davranışı modelinde maliyetler sabit maliyet ve değişken maliyet olarak ikiye ayrılmaktadır (Reimer,2017:7). Faaliyet hacminde artış veya azalış durumlarına değişken maliyetlerde artarak, azalarak ya da sabit kalarak cevap verirler. Ancak ilgili aralıkta hacim değiştikçe değişmeyen maliyetler ise sabit maliyetler olarak tanımlanmaktadır (Hilton, Maher ve Selto, 2008: 55). Orantılı bir modelde, faaliyette %x'lik bir artış (azalış), maliyette %x'lik bir artış (azalış) ile sonuçlanır ve bu durum marjinal maliyetin ortalama maliyete eşit olduğunu söylemekle aynı anlamdadır (Noreen, 2017: 2).

Erdoğan, Demirgubuz, Erdoğan ve Ömürbek (2019: 265) maliyet davranışını, işletmelerin faaliyet hacimlerindeki değişimlere bağlı olarak belirli bir maliyetin nasıl değişeceği ya da nasıl davranacağına ilişkin işlemler olarak ifade etmişlerdir.

Yazarkan ve Yiğit (2016: 17) maliyet davranışı kavramına daha genel olarak *“işletmenin faaliyet hacminde ortaya çıkan bir değişim karşısında maliyetlerin değişip değişmeyeceğini ve değişecekse bu değişimin hangi yönde ve büyüklükte olacağı”* şeklinde tanımlamışlardır.

Elsayed, İbrahim ve Ezat (2017: 16) maliyet davranışının maliyetlerin faaliyet ve kararlar üzerindeki değişimlerinden kaynaklandığını ve kavramı anlamının etkili kararlar almadaki önemini vurgulamışlardır.

Çelik ve Kök tarafından (2013: 38) yapılan araştırmada maliyet davranışını tanımlarken faaliyet hacmi ve değişken maliyet arasındaki ilişkinin simetrik ve doğrusal olduğu ifadesini kullanmışlardır. Dolayısıyla maliyetler faaliyet hacmindeki artış ve azalış oranlarıyla aynı yönde değişmelidir. Aynı oranda değişmeyen maliyetler ekonomistler açısından ölçek ekonomisiyle açıklansa da asimetrik davranış sergileyen bu olgu maliyet yapışkanlığı olarak açıklanmaktadır.

1.7. Maliyet Yapışkanlığı (Asimetrik Maliyet Davranışı)

Maliyetlerin simetrik ve doğrusal davranmadığı literatürde birçok araştırmacı tarafından 21.yüzyılda ortaya çıktığı düşünülse de kavram ilk olarak Brasch tarafından ortaya çıkarılmıştır.

Brasch 1927 yılında artan faaliyetlere karşı maliyet eğrisinin azalan faaliyetlere karşı oluşan maliyet eğrisinden farklı olduğunu yani asimetrik bir maliyet fonksiyonunu açıklamıştır. Bu kavram Almanca konuşulan ülkelerde “maliyetlerin yeniden yönetimi” başlığı altında onlarca yıl tartışılmıştır (Guenther, Riehl ve Röbler, 2013: 301). 1936 yılında Strube birkaç şirketin maliyet davranışını ampirik olarak araştırmıştır ve açık bir şekilde maliyet davranışı kavramına odaklanarak “maliyet kalıcılığı” terimini araştırma literatürüne eklemiştir. Ayrıca Strube literatüre asimetrik maliyet davranış kaynağı sağlamıştır (Reimer, 2017: 7).

Maliyet yapışkanlığı araştırmacılar tarafından farklı olarak tanımlanmıştır.

2003 yılına kadar maliyet davranışını incelemek için yapılan çalışmalarda simetrik ve doğrusal olmayan maliyetler için asimetrik maliyet davranışı kavramı kullanılmıştır. 2003 yılında Anderson, Banker ve Janakiraman tarafından 1979-1998 yılları arasındaki 1,817 Amerikan firmasının verilerini kullanarak satış, genel ve yönetim giderlerinin maliyet davranışlarını incelenmiştir. Gelirlerdeki %1’lik artışın satış, genel ve yönetim giderlerinde %0.55 artışa, %1’lik azalışın ise bu giderlerde %0.35 azalışa neden olduğunu bu da satış, genel ve yönetim giderlerinde maliyetlerin

simetrik ve doğrusal davranmadığını belirtmişlerdir. Asimetrik maliyet davranışı için ilk kez “maliyet yapışkanlığı” kavramını kullanmışlardır.

Mak ve Roush (1994: 93) asimetrik maliyetleri kısa dönemde artabileceğini ancak kısa dönemde faaliyetteki bir azalışla azalmayacağı şekilde ifade etmişlerdir.

Noreen ve Soderstorm 1994 yılında Washington eyaletindeki hastanelerden aldıkları verilerden yararlanarak, çoğu genel gider hesabında faaliyet seviyesindeki bir artışa yanıt olarak ortalama maliyetteki düşüşü tespit ederek orantılı maliyet hipotezini reddetmişlerdir. Daha sonra 1997 yılında 1977-1992 yılları arasında 108 hastanenin genel gider verisini kapsayan çalışmalarında zaman serisi maliyet davranışına odaklanmışlardır. Çalışma sonunda asimetrik maliyet davranışını faaliyet arttığında artan maliyetlerin faaliyetler düştüğünde azalan maliyetlerden fazla olduğu sonucuna varmışlardır (Reimer, 2017: 8).

Callerja, Steliaros ve Thomas (2006:128) diğer araştırmacılardan farklı olarak faaliyet hacmi kavramının yerine hasılat kavramını kullanmayı uygun görmüşlerdir ve maliyet yapışkanlığını hasılatta meydana gelen artışın maliyetlerde meydana getireceği artıştan, hasılatta meydana gelen azalışın maliyetlerde oluşturacağı azalıştan daha fazla olması şeklinde tanımlamışlardır. Ayrıca yapışkan maliyet davranışının anlaşılmasının planlama ve kontrol sistemlerini geliştireceğini ancak standart maliyetlendirme sistemi, varyans analizi ve tazminat planlarını bozabileceğini savunmaktadırlar.

Homburg ve Nasev (2008: 4) maliyet yapışkanlığını olgusunu satış seviyesi düştüğünde yöneticilerin alacakları karar olarak tanımlamaktadırlar.

Argilés ve Garcia-Blandon (2009: 580), maliyet yapışkanlığı için faaliyet hacminde artış veya azalış olduğunda kaynakların asimetrik olarak ayarlanmasından ortaya çıkan maliyetler tanımını yapmışlardır (Yazarkan ve Yiğit,2016:17).

Pervan ve Pervan (2012: 152) maliyet yapışkanlığını, faaliyet seviyesindeki artış ve azalışlara maliyetlerin farklı bir şekilde cevap vermesi olarak ifade etmişlerdir.

Qin vd. (2015: 26) maliyet yapışkanlığında satışlardaki düşüşün maliyetlerdeki düşüşle orantılı olarak telafi edilememesinin firmanın mevcut kazancı üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir.

1.7.1. Maliyet Yapışkanlığının Nedenleri

İşletmeler ömürlerinin sonsuz olduğu varsayımıyla kaynak ve kapasitelerini en verimli şekilde kullanmak ve faaliyetlerini en kârlı biçimde sürdürmek isterler. Ancak işletme kaynaklı ve işletme kaynaklı olmayan bazı durumlardan dolayı işletmeler istedikleri kâr hedeflerine ulaşamayabilirler. Literatürde işletmenin kârlılığının azalmasına neden olan durumlardan bir tanesi de maliyet yapışkanlığıdır. Bu yüzden işletmelerin kârlılığını arttırmak, kaynak ve kapasitelerini daha verimli biçimde kullanmaları için maliyet yapışkanlığı kavramını iyi anlaşılması ve bunun nedenlerinin iyi analiz edilmesi gerekmektedir (Erdoğan vd, 2019). Maliyet yapışkanlığına neden olan bazı unsurlar araştırmacılar tarafından çalışmalarda farklı şekillerde açıklanmıştır.

Anderson vd. (2003: 51) maliyet yapışkanlığını ortaya çıkaran nedenin yöneticilerin faaliyetler azaldığında ayarlama maliyetleri ve kendi çıkarlarını düşünen yöneticilerin gereksiz kaynakları kısıtlamaya isteksiz olmasından kaynaklandığını belirtmişlerdir. Ayarlama maliyetine kıdem tazminatı sözleşmesine uyulmayarak çalışanın vaktinden önce işten çıkarılması, elden çıkarma maliyetleri, yeni çalışanın eğitim ve motivasyon maliyetleri, tedarikçilerle imzalanan yeni sözleşme maliyetleri, tesis kurulum ve özelleştirme maliyetleri örnek olarak verilebilir. Ayrıca varlıklar ve çalışanlar gibi iç kaynaklara daha fazla güvenen firmaların daha yüksek ayarlama maliyetlerine sahip olduğunu yani varlık yoğunluğu ve çalışan yoğunluğuna sahip işletmelerin maliyet yapışkanlığının yüksek olduğu sonucuna varmışlardır.

Calleja vd (2006: 130) yapışkan maliyetin temel nedeninin, yöneticilerin bozulması ya da yeniden değerlendirilmesi maliyetli olan bazı sözleşmelerden kaynaklandığını ileri sürmüşlerdir. Talep düştüğünde yönetici sözleşmelerden kaynaklı maliyetlere katlanmak yerine kullanılmayan kaynakları elinde tutmaya devam edileceğinden ve bu durum firma gelirlerinde olan düşüşün maliyetlerle olan düşüşle aynı oranda olmadığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Baumgarten (2012: 10)'a göre, talep miktarı düştüğünde işletme yöneticileri gereksiz kaynakları elde tutma maliyeti ile ayarlama maliyetleri arasında seçim yapmak zorunda kalmaktadırlar. Gereksiz kaynakların elde tutulması eğer firma kaynakları için mevcut talep seviyesinin üzerindeyse fazladan maliyet

gerektirmektedir. Ayrıca maliyet yapışkanlığının bir diğer potansiyel nedeninin ise kendi çıkarlarını düşünen yöneticilerin kişisel düşünceleri olduğunu bu düşüncelerin bir statü kaybı ya da tanıdıklarını işten çıkarmayı önlemek adına kendi çıkarları için gereksiz kaynakları azaltmadıklarını ve bunda vekalet maliyetine neden olduğunu ifade etmiştir.

Banker ve Byzalov (2014: 44) maliyet yapışkanlığının nedenleri hakkında çalışma yapmışlar ve asimetrik maliyet davranış nedenlerinden birinin kaynak ayarlama maliyeti bir diğerinin ise yöneticilerin gelecekle ilgili satış beklentileri olduğundan bahsetmişlerdir. Hem ülke düzeyinde hem de firma düzeyinde verilerin kullanıldığı ampirik çalışmada maliyet yapışkanlığının varlığını tespit etmişlerdir. Kaynak ayarlamadaki asimetrik tepkilerin, aşağı yönlü ayarlama işlemini, yukarı yönlü ayarlama işleminden daha fazla kısıtlamak ya da yavaşlatmak için etki eden kuvvetleri tanımladığını ve maliyet yapışkanlığının derecesinin kaynak ayarlama maliyetinin büyüklüğüne göre arttığını ifade etmişlerdir. Yazarlara göre bir diğer maliyet yapışkanlığı nedeni yöneticilerin gelecekle ilgili satış beklentileridir. Yöneticiler gelecekle ilgili olumlu satış beklentilerine sahip olduklarında ileride kullanmayı planladıkları kaynakları daha az kesme eğilimine sahip olurlar. Benzer şekilde satış artışı olduğu durumlarda ise yöneticiler kapasiteyi arttırmaya daha eğilimlidirler. Özetle, gelecekteki satışlarla ilgili iyimserlik, maliyet yapışkanlığı derecesini arttırmakta, gelecekteki satışlarla ilgili karamsarlık ise maliyet yapışkanlığı derecesini azaltmaktadır.

Qin, Mohan ve Kuang (2015: 27) ise maliyet yapışkanlığını satış giderleri ve genel yönetim giderleri kaynaklarını kesme veya tutma kararı için, yöneticilerin talepteki düşüşün sürekliliği konusundaki beklentileri ile kısa vadede satış giderleri ve genel yönetim giderleri kaynaklarının kesilmesi ve talep tekrar oluştuğunda bu tür kaynakların değiştirilmesi ile ilişkili ayarlama maliyetlerinin büyüklüğü arasındaki seçim olarak ifade etmişlerdir. Ayrıca asimetrik maliyet davranışının davranışsal yönden açıklamasını yönetimin başarısızlığı olarak açıklanırken vekâlet teorisi açısından ise, yöneticilerin yeterli ve yetkin olduklarını ancak kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden faaliyetlerinden kaynaklandığını öne sürmektedir.

Maliyetlerdeki artış faaliyet hacminin bir fonksiyonu iken, maliyetlerdeki azalış yönetim kararlarının bir fonksiyonudur. Buna göre; faaliyet hacminin azaldığı dönemlerdeki maliyet davranışları, yönetim kararlarına bağlı olarak geçmiş dönemlerdeki faaliyet hacimleri ile “yapışık” bir ilişki sergileyebilmektedir (Öztürk ve Zeren, 2016: 35).

Firmalarda ekonomik koşullar iyiye doğru gittiğinde birçoğu üretimi arttırarak pazardaki talebi karşılamak isteyecektir ancak bu durum yapışkan maliyetinde artmasına sebep olacaktır. Çünkü satışlar iyi olduğunda gelir daha fazla artacak ve yüksek kârlılık oluşacaktır ancak ekonomik durum kötüleştiğinde firma bu yüksek kârlılığı korumak isteyecektir. Bu yüzden bazı yöneticiler oluşan ya kullanılmayan kaynakları elde tutacak ya da kaynak ayarlama maliyetleriyle yapışkan maliyetleri azaltmak isteyecektir. Bazı yöneticiler ise karar almaktan çekindiklerinden maliyetlere katlanmayı tercih edecektir (Kontesa ve Brahmana, 2018: 7).

Fourati, Ghorbel ve Jarboui (2020: 173) maliyet yapışkanlığının birçok nedeninin olduğunu bunların ilki varlık ve çalışan yoğunluğu ile ölçülen ayarlama maliyetleri, ikincisi politik süreç teorisi ve son olarak vekâlet sorunuyla ilgili olarak ortaya çıkan yönetimsel fırsatçılık, gelecekteki satışlar ile ilgili yönetimsel iyimserlik, yönetici özgüveni ve kibri gibi yönetici davranışları olduğunu ileri sürmüşlerdir. Ayrıca ekonomik gelişme ve ülke düzeyinde istihdamı koruma mevzuatı gibi dış faktörlerin de yapışkanlığı etkileyeceğini belirtmişlerdir.

Asimetrik maliyet davranışlar ile ilgili son çalışmalar incelendiğinde bu kavramı yöneticilerin kasıtlı maliyet ayarlaması, yönetimsel iyimserlik ya da karamsarlık, kâr yönetim uygulamaları, vekâlet sorunu, kâr tahminleri, kapasite kullanımı, işsizlik, ürün pazarı rekabeti, kurumsal sosyal sorumluluk, muhafazakârlık ve maliyetlerin bir firmanın temel faaliyetleriyle ilgili olup olmadığının bir fonksiyonu olarak incelemişlerdir (Zhong, Sun, Zhou ve Lee 2020: 1850).

Golden, Mashruwala ve Pevzner (2020:1) asimetrik maliyet davranışının merkezi noktasında işgücü ayarlama maliyetlerinin olduğunu ve vasıflı işgücünün daha fazla işe alma ve işten çıkarma maliyetleri nedeniyle vasıflı iş gücünün vasıfsız işgücünden daha yüksek ayarlama maliyetleri ile ilişkili olduğunu belirtmişlerdir.

Wei ve Li (2020) maliyet yapışkanlığının nedenini vekâlet teorisiyle ilişkilendirmişlerdir. Buna göre iş hacmi arttığında yöneticiler yatırım yapmaya ve rekabetçi güçlerini arttırmaya daha istekli olmaktadır. Ancak iş hacmi düştüğünde yöneticiler genellikle kendi çıkarları nedeniyle iş başındaki tüketim ile ilgili maliyetleri düşürmede isteksizdirler. Bu durum maliyetlerin azalmasının maliyetlerin artmasına göre daha az olduğunu yani maliyetlerin yapışkan olduğunu göstermektedir.

Yukarıda bahsedilen maliyet yapışkanlığını nedenleri genel olarak ayarlama maliyetleri, kendi çıkarlarını düşünen yöneticiler, yönetimsel iyimserlik ya da karamsarlık, yöneticilerin feshedilebilecek veya yeniden değerlendirmesi maliyetli olan sözleşmelerden kaçınması, vekâlet teorisi, kâr yönetim uygulamaları, yönetici özgüveni veya kibri, varlık ve çalışan yoğunluğu olarak sıralanabilir.

Reimer'in asimetrik maliyet davranışı kitabında yukarıda bahsedilen tüm nedenler belirli kategorilere ayrılarak açıklanmaktadır. Yazar maliyet yapışkanlığını ilk olarak yönetimsel olarak amaçlanan ve amaçlanmayan kararlar olarak ikiye ayırmaktadır. Daha sonra rasyonel ve rasyonel olmayan olarak ayrılan amaçlanan yönetimsel kararlar ekonomik ve ekonomik olmayan olarak ikiye ayrılmaktadır. Ancak bazı araştırmacılar bu ayrımın yapılmasının zor olduğunu vurgulamışlardır. Birçok yazar tarafından maliyet yapışkanlığının nedeni olarak gösterilen ayarlama maliyetleri ve yöneticilerin gelecekle ilgili satış beklentisi ekonomik kararların bir sonucu olmaktadır. Ekonomik olmayan unsur ise firma değerini maksimize etmek yerine sosyal hedefleri düşünen firma politikasıdır.

Rasyonel olmayan özellikler ise davranışsal ve vekâlet olarak iki grupta incelenmekte, davranışsal özelliklerin kendilerine aşırı güvenen yöneticilerden dolayı maliyet yapışkanlığını arttırdığını belirtmektedir. Chen, Lu ve Sougiannis (2012: 252) yılında yapmış oldukları araştırmada ise maliyet yapışkanlığı ve CEO'nun aşırı güveni arasında pozitif bir ilişki bulmuşlardır. Bu sonuç Reimer'in teorisini destekler niteliktedir. Vekâlet teorisinde ise imparatorluk kurma ve kâr yönetimi uygulamaları olarak ayrılmaktadır.

İmparatorluk kurma, firma büyüklüğünden yararlanmayı amaçlayan yönetimsel faaliyetlerle ilgili vekâlet sorununu tanımlamaktadır. Prestij kaybetme korkusu nedeniyle güç veya tazminat yöneticileri firmayı optimum seviyesinin

üzerinde büyütür ve fazla kaynakları elinde tutarak maliyet yapışkanlığına neden olur. Chen vd. (2012: 257) yılında yaptıkları ampirik çalışmada yöneticilerin imparatorluk kurma teşviki ve maliyet asimetrisi arasındaki ilişki incelenmiş ve ikili arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Ancak güçlü kurumsal yönetimin bu ilişkiyi zayıflattığını belirtmişlerdir.

Kâr yönetimi uygulamaları düşük maliyet yapışkanlığına neden olur ancak bu verimli olmayan bir düşüklüktür. Önceki çalışmalar incelendiğinde kâr hedeflerine ulaşmaya yönelik yapılan kâr yönetim uygulamaları ile maliyet yapışkanlığı arasında negatif ilişkiyi kanıtlayan bulgulara rastlanmaktadır.

Aslında maliyet yapışkanlığının bir nedeni de yasal kısıtlamalardır. Satışların düştüğü dönemlerde istihdamın ve sosyal mevzuatın gerekliliği nedeniyle işten çıkarma gibi ayarlama maliyetler kabul etmemektedirler. Ayrıca denetleme kurulu ve iş konseyi gibi diğer kurumlar, yönetimi fazla kaynak kesmemesi için kısıtlayabilir. Yasal yükümlülükler ne kadar güçlü olursa maliyet yapışkanlığı da o derece yüksek olacaktır (Yazarkan ve Yiğit, 2016: 21).

1.7.2. Maliyet Yapışkanlığını Ölçme Yöntemleri

Maliyet yapışkanlığını ölçmek için çeşitli yöntemler mevcuttur. Kronolojik sırayla gitmek gerekirse, maliyet yapışkanlığı kavramını 2003 yılında ilk olarak kullanan Anderson vd. çalışmalarında maliyet yapışkanlığı kavramını ölçmek amacıyla geliştirdikleri formüle ABJ maliyet yapışkanlığı yöntemi adını vermişlerdir. Sonrasında yapılan birçok çalışmada maliyet yapışkanlığını ölçme yöntemi olarak kullanılan ABJ yöntemi, 2010 yılında Weiss tarafından ABJ yönteminden farklı olarak maliyet yapışkanlığını firma düzeyinde ölçen bir yöntem geliştirilmiştir. Ancak Weiss yöntemi sadece firma düzeyinde maliyet yapışkanlığının etkisini incelemek için uygun olmaktadır. 2014 yılında Banker ve Byzalov, Anderson vd. tarafından ortaya koyulan yöntemi ele alarak maliyet yapışkanlığının belirleyicileri de bu yönteme ekleyerek Genişletilmiş ABJ yöntemiyle maliyet yapışkanlığı davranışını ölçmeye ve maliyet yapışkanlığının belirleyicilerinin aynı formül içerisinde etkisini görmeyi sağlamışlardır.

İki dönemli maliyet yapışkanlığı ölçüm yöntemi ise diğerlerinden farklı olarak önceki dönem satış değişikliğini de formüle dâhil etmesidir. Son maliyet yapışkanlığı

ölçme yöntemi ise Doğrusal ABJ yöntemidir. Bu yöntem ABJ maliyet yapışkanlığını esas alarak ortaya çıkmakla birlikte arasındaki tek fark ABJ yöntemindeki gibi logaritmik dönüşümle değil de yüzde yöntemi ile ölçüm yapmasıdır. Aşağıda aynı kronolojik sırayla maliyet yapışkanlığı ölçme yöntemleri açıklanmaktadır:

1.7.2.1. ABJ Yöntemi

Anderson, Banker ve Janakiraman 2003 yılında ilk olarak maliyet yapışkanlığı kavramını tanımlamışlar ve deneysel tahmin modellerinde (uygulamalı çalışmalarda) asimetrik maliyet davranışının varlığını ölçümlemek amacıyla bir formül geliştirmişlerdir. Bu formül satış gelirlerindeki eş zamanlı değişimlerde SG&A maliyetlerinin vereceği karşılığı ölçmede kullanılmaktadır. Anderson vd. çalışmalarında SG&A maliyetlerini bağımlı değişken olarak kullanmışlardır ancak daha sonraki çalışmalar SG&A yerine çeşitli maliyet unsurlarını kullanarak analizlerini yapmışlardır. Anderson, Banker ve Janakiraman 2003 yılında maliyet yapışkanlığı davranışını ölçmek için aşağıdaki regresyon modelini kullanmışlardır:

$$\log \left[\frac{SG\&A_{i,t}}{SG\&A_{i,t-1}} \right] = \beta_0 + \beta_1 \log \left[\frac{Revenue_{i,t}}{Revenue_{i,t-1}} \right] + \beta_2 * Decrease_Dummy_{i,t} * \log \left[\frac{Revenue_{i,t}}{Revenue_{i,t-1}} \right] + \varepsilon_{i,t}.$$

Eşitlikte yer alan

$SG\&A_{i,t}$ = i firmasının t dönemindeki SG&A maliyet tutarını,

$SG\&A_{i,t-1}$ = i firmasının t-1 dönemindeki SG&A maliyet tutarını,

$Revenue_{i,t}$ = i firmasının t dönemindeki satış geliri tutarını,

$Revenue_{i,t-1}$ = i firmasının t-1 dönemindeki satış geliri tutarını,

$Decrease_Dummy_{i,t}$ = Azalış kukla değişkenini,

β_1 = Satış gelirlerindeki %1'lik artışa karşı SG&A maliyetinde gözlenen %'lik artış düzeyini,

$\beta_1 + \beta_2$ = Satış gelirlerindeki %1'lik azalışa karşı SG&A maliyetlerinde gözlenen %'lik azalış düzeyini,

$\varepsilon_{i,t}$ = Regresyon modelindeki hata terimini ifade etmektedir.

Gelirin arttığı ya da azaldığı zamanı ayırt etmeye yarayan kukla değişken, t dönemindeki satış $t-1$ döneminden azsa veya aynıysa ($t-(t-1) \leq 0$ ise) 1 değerini, t dönemindeki satış $t-1$ döneminden fazlaysa 0 değerini alır.

Modelde logaritmik dönüşüm kullanılmasını nedenlerinden biri, çeşitli endüstri ve firmalar arasındaki büyük farklılıklardan dolayı ortaya çıkabilecek heteroskedasiteyi azaltmaktır. Bir diğer nedeni ise logaritmik dönüşümün tahmin edilen katsayıların ekonomik yorumunu da barındırmasıdır. ABJ yöntemine göre, analiz sonucuna göre eğer kukla değişken 0 değerini alırsa (t dönemindeki satış geliri $t-1$ dönemine göre artmışsa), satışlardaki %1’lik artış SG&A maliyetini β_1 kadar arttırdığını, ancak kukla değişken 1 değerini alırsa (t dönemindeki satış geliri $t-1$ dönemine göre azalmış ya da sabit kalmışsa), satışlardaki %1’lik azalış SG&A maliyetlerini $\beta_1 + \beta_2$ kadar azaltacaktır şeklinde yorumlamak gerekecektir. SG&A maliyetleri yapışkan ise, SG&A maliyetlerin gelir artışlarıyla olan artışı, gelir düşüşleriyle olan düşüşten daha fazla olmalıdır.

Analiz sonucunda β_1 pozitif, β_2 ise negatif değer alırsa maliyet yapışkanlığından söz edebilir. β_2 ‘nin negatif olması maliyet yapışkanlığını gösterirken, pozitif olması ise maliyet yapışmazlığını göstermektedir. Kurulan modelde geleneksel maliyet davranışı var ise $\beta_2 = 0$ olacak ayrıca sabit maliyetler varsa $\beta_1 < 0$ olacaktır.

1.7.2.2. Weiss Yöntemi

Weiss yöntemi, firma düzeyinde maliyet yapışkanlığını doğrudan ölçen bir modeldir. Satışların azaldığı son dört çeyrekteki en son maliyet oranı ile satışların arttığı son dört çeyrekteki en son maliyet oranı arasındaki farkı tahmin etmeye çalışmaktadır.

Weiss modeli yapışkanlığı, $t-3$ çeyreğinden t çeyreğine kadar olan biri satışların arttığı son çeyrek diğeri ise satışların azaldığı son çeyrek olan son iki çeyrek arasındaki maliyet fonksiyon eğrisindeki fark olarak tanımlamaktadır. Maliyetler yapışkansa, faaliyetler artarken maliyetlerdeki artışın faaliyetler azaldığı zaman maliyetlerdeki azalıştan fazla olduğunu söylemektedir. Bu yüzden yapışkanlık varsa değer negatif olması gerekmektedir. Değer ne kadar düşükse yapışkanlık da o derece fazladır. Değerin negatif (pozitif) olması, yöneticilerin satışlar arttığında maliyetlerin

artmasına karşılık satışlar düştüğünde maliyetleri azaltmaya daha az (daha fazla) eğilim içinde olduklarını göstermektedir.

Weiss modelinin birçok yararı bulunmaktadır. İlk olarak yapışkanlık, firma düzeyinde maliyet asimetrisini tahmin etmektedir. Böylece maliyet davranışlarının analistlerin kâr tahminlerini nasıl etkilediğini incelenmektedir. Ayrıca model kısıtlamalar olmadan uzun ölçekli çalışmalara izin vermektedir.

İkinci olarak, doğrusal bir maliyet fonksiyonunun yapışkanlığı, sabit bir eğimle geleneksel sabit-değişken modeli gösteren ve değeri 0 olacak şekilde tasarlanmıştır.

Üçüncü olarak Weiss modeli Anderson vd.(2003) modelinden daha kapsamlıdır. Çünkü maliyet değişikliklerinin oranları arasındaki farkı hesaba katmakta ve satış artışlarıyla ilgili olarak maliyet sürtünmesine izin vermektedir.

Bir diğer yararı ise, oran formu ve logaritmik dönüşümün olması, firma değişkenlerinin karşılaştırılmasını ve potansiyel heteroskedastisiteyi azaltmayı kolaylaştırır.

Weiss (2010) tarafından bulunan firmalarda maliyet yapışkanlığını ölçen formül aşağıdaki gibidir:

$$STICKY_{i,t} = \log \left[\frac{\Delta COST}{\Delta SALE} \right]_{i,t} - \log \left[\frac{\Delta COST}{\Delta SALE} \right]_{i,\bar{t}}$$

$\bar{t}(t)$ = son dört çeyrekte satış azalışının (artışının) olduğu son çeyrektir.

$\Delta COST$ = Firma maliyet tutarının bir önceki yıla göre değişimini,

$\Delta SALE$ = Firmanın satış gelirlerinin bir önceki yıla göre değişimini göstermektedir.

Yaklaşımın temel faydası yapışkanlığın (STICKY) maliyet asimetrisinin diğer sonuçlar üzerindeki etkisini incelemek için açıklayıcı değişken olmasıdır. Ancak bu özelliğine rağmen önemli veri kaybına neden olması ve küçük payda sorunları nedeniyle oluşan problemlerden dolayı bağımlı değişken olarak daha az kullanışlıdır (Banker vd. 2014).

Araştırmacı maliyet yapışkanlığının belirleyicileri incelemek istiyorsa ABJ tipi modeller analizleri için daha uygun olacaktır. Ancak maliyet yapışkanlığının etkisi incelenmek istendiğinde uygun olan Weiss modelidir (Banker ve Byzalov, 2014: 25).

1.7.2.3. Genişletilmiş ABJ Maliyet Yapışkanlığı Yöntemi

Banker ve Byzalov (2014:2 2) modellerinde, Anderson vd. (2003) esas alarak oluşturdukları modelde ABJ yönteminden farklı olarak satış düşüşlerini içeren kukla değişken, gayri safi milli hâsıla büyüme oranı, varlık yoğunluğu ve çalışan yoğunluğunu da ekleyerek Genişletilmiş ABJ Maliyet Yapışkanlığı yöntemini oluşturmuşlardır:

$$\Delta \ln COST_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \Delta \ln SALES_{i,t} + (\beta_2 + \gamma_1 SUCCDEC_{i,t} + \gamma_2 \Delta GDP_t + \gamma_3 AINT_{i,t} + \gamma_4 EINT_{i,t}) DEC_{i,t} \Delta SALES_{i,t} + \varepsilon_{i,t}.$$

$SUCCDEC_{i,t}$ = i firmasının t dönemindeki ard arda satış düşüşleri için kukla değişkenini,

ΔGDP_t = t dönemindeki gayri safi milli hâsıladaki büyüme oranındaki değişimini,

$AIN T_{i,t}$ = i firmasının t dönemindeki varlık yoğunluğunu,

$EINT_{i,t}$ = i firmasının t dönemindeki çalışan yoğunluğunu göstermektedir.

$(\beta_2 + \gamma_1 SUCCDEC_{i,t} + \gamma_2 \Delta GDP_t + \gamma_3 AINT_{i,t} + \gamma_4 EINT_{i,t})$, maliyet asimetrisinin derecesini göstermektedir ve ΔGDP_t ise yöneticilerin beklentilerinin sinyali olarak görev alır.

$SUCCDEC$, t ve t-1 döneminin her ikisinde satış düşüşü gözlemleniyorsa, 1 değerini alır. Aksi durumda, 0 değerini alır. $AIN T$, toplam varlıkların satışlara oranının logaritmik hesaplanmasıdır. $EINT$, çalışan sayısının satışlara oranının logaritmik hesaplanmasıdır.

γ_1 'in pozitif olması art arda düşen satışların yapışkanlığı azalttığı, negatif olması ise GSYİH'nın yapışkanlığı arttırdığını göstermektedir.

Varlık yoğunluğu ve çalışan yoğunluğu kaynak ayarlama maliyetlerinin büyüklüğünü temsil ettiklerinden γ_3 ve γ_4 'ün negatif olması varlık ve çalışan yoğunluğu olan firmalarda maliyet yapışkanlığının yüksek olduğunu ifade etmektedir.

1.7.2.4. İki Dönemli Maliyet Yapışkanlığı Yöntemi

Banker, Byzalov, Ciftci ve Mashruwala 2014 yılında çalışmalarında ABJ modelinin sadece ortalama asimetri derecesini ölçmesi ve tek dönemli yapısı nedeniyle satış artış ve azalışların olduğu dönemlerde maliyet yapışkanlığı ve anti maliyet

yapışkanlığı arasında ayırım yapmaması konularında eleştirilerde bulunmuşlardır. Yazarlar, ABJ modelinde iyileştirmeler yaparak ve iki dönem özelliği kullanarak (koşullu yapışkanlık ve anti-yapışkanlık) aşağıdaki modeli ortaya çıkarmışlardır:

$$\Delta \ln SG\&A_{i,t} = \beta_0 + I_{i,t-1}(\beta_1^{PIncr} \Delta \ln SALES_{i,t} + \beta_2^{PIncr} D_{i,t} \Delta \ln SALES_{i,t}) + D_{i,t-1}(\beta_1^{PDegr} \Delta \ln SALES_{i,t} + \beta_2^{PDegr} D_{i,t} \Delta \ln SALES_{i,t}) + \varepsilon_{i,t}.$$

$I_{i,t-1}$ = Önceki dönem satış artışı için kukla değişken,

$D_{i,t-1}$ = Önceki dönem satış azalışı için kukla değişken,

β_1^{PIncr} ve β_2^{PIncr} , t-1 döneminde satış gelir artışını izleyen gözlemlerin alt örnekleri için ABJ modelindeki β_1 ve β_2 ' ye denk gelmektedir.

β_1^{PDegr} ve β_2^{PDegr} , t-1 döneminde satış gelirlerindeki azalışı izleyen gözlemlerin alt örnekleri için ABJ modelindeki β_1 ve β_2 ' ye karşılık gelmektedir.

$I_{i,t-1}$ bir önceki döneme (t-1) göre satışlar arttığında 1 değerini alan ve satışlar azaldığında yada sabit kaldığında ise 0 değerini alan kukla değişkendir. $D_{i,t-1}$ ise bir önceki döneme (t-1) göre satışlar azaldığında 1 değerini alan ve satışlar arttığında yada sabit kaldığında ise 0 değerini alan kukla değişkendir.

β_2^{PIncr} 'ın negatif olması maliyet yapışkanlığını, β_2^{PDegr} 'ın pozitif olması ise anti maliyet yapışkanlığının olduğunu göstermektedir. Anti maliyet yapışkanlığında satış faaliyetlerinde meydana gelen azalmanın maliyetlerdeki azalmaya olan etkisinin, satış faaliyetleri arttığında maliyetlerdeki artışa olan etkisinden fazla olması olarak açıklanmaktadır.

$\beta_1^{PIncr} > \beta_1^{PDegr}$ olduğunda, cari dönemdeki satış artışının belirli bir büyüklüğü için önceki dönem satış artışı durumunda, önceki satış düşüşüne göre maliyetler daha fazla arttığı şeklinde yorumlanmaktadır.

1.7.2.5. Doğrusal ABJ Yöntemi

2003 yılında Anderson vd. tarafından ortaya koyulan ABJ yöntemi, Balakrishnan, Labro ve Soderstrom tarafından 2014 yılından tekrar gözden geçirilmiş ve yeni bir maliyet yapışkanlığı ölçme yöntemi olan Doğrusal ABJ yöntemini ortaya çıkarmışlardır. ABJ yönteminden farklı olarak faaliyet değişimine sabit olmayan

maliyet tepkisinden kaçınmak için önceki dönem maliyetlerin yerine önceki dönem satışlarla ölçeklendirilmiş olmasıdır.

Modelin bir diğer özelliği ise ABJ modelinin aksine logaritmik dönüşümlerle değil de yüzde yöntemini kullanmaktadır. Bunun nedeni, yüzdelik dönüşümün logaritmik dönüşüme göre aykırı değerler için daha hassas olduğudur.

$$\frac{M_{i,t} - M_{i,t-1}}{S_{i,t-1}} = \beta_0 + \beta_1 x \frac{S_{i,t} - S_{i,t-1}}{S_{i,t-1}} + \beta_2 x d_{i,t} x \frac{S_{i,t} - S_{i,t-1}}{S_{i,t-1}} + \varepsilon$$

$M_{i,t}$ = i firmasının t dönemindeki maliyet tutarını,

$M_{i,t-1}$ = i firmasının t-1 dönemindeki maliyet tutarını,

$S_{i,t}$ = i firmasının t dönemindeki satış gelir tutarını,

$S_{i,t-1}$ = i firmasının t-1 dönemindeki satış gelir tutarını

$d_{i,t}$ = Azalış kukla değişkenini,

β_1 = Değişken maliyet oranını göstermektedir.

Maliyet yapışkanlığının varlığından söz edebilmek için ABJ yöntemiyle benzer bir şekilde β_1 'in pozitif, β_2 'nin ise negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir.

1.7.2.6. *Asimetrik Kâr Davranışı İçin Düzeyler Modeli*

Genellikle kullanılan modeller satışlardaki değişim ve maliyet arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Ancak Banker, Basu, Byzlov ve Chen 2013 yılında, satış seviyeleri ve maliyet ya da kâr arasındaki ilişkiye odaklanan yeni bir alternatif model sunmuşlardır. Aşağıdaki formülü verilen model kâr davranışını incelemektedir:

$$\frac{EARNINGS_{i,t}}{SCALE_{i,t-1}} = \alpha_{0,i} + \alpha_1 \frac{SALES_{i,t}}{SCALE_{i,t-1}} + \alpha_2 DEC_{i,t} + \varepsilon_{i,t}.$$

$\alpha_{0,i}$ = tüm değişkenler önceden tanımlandığından sabit etkiyi,

$SCALE_{i,t-1}$ = i firmasının t-1 dönemindeki satışlar, varlıklar, defter veya öz sermayenin piyasa değerini,

$SALES_{i,t}$ = i firmasının t dönemindeki satışlarını göstermektedir.

Sabit etkiler, kısa vadeli maliyet yapısının tanımlanmasıyla ilgili olmayan kesitsel farklılıkları yakalamaktadır. Bu model, maliyet-faaliyet-kâr (CVP) modeli gibi geleneksel olarak kâr seviyesi açısından formüle edilen modellere asimetrik maliyet davranışını dahil edildiğinde yararlı olmaktadır.

1.8. Maliyet Yapışkanlığı ile İlgili Literatür Taraması

Maliyet yapışkanlığı kavramının artan önemine paralel olarak konu ile ilgili son yıllarda çok sayıda çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Konuya ilişkin ilk yapılan çalışmalarda maliyet yapışkanlığının varlığının test edildiği görülmektedir. Aşağıda farklı ülkelerde ve Türkiye’de yapılan çalışmalar özetlenmiştir:

1.8.1. Yurt Dışında Yapılan Çalışmalar

Noreen ve Sodestrom (1997: 89) Washington Eyaletine ait sağlık alanında 108 hastanenin 1977-1994 verilerinden yararlandığı çalışmalarında hastane bölümlerine ait elde edilen toplam maliyetlerin geleneksel maliyet davranışı sergileyip sergilemediklerini analiz etmiştir ve toplam maliyetlerin asimetrik davrandıklarını belirtmişlerdir.

Anderson ve vd. (2003: 47) yaptıkları çalışmada 1979-1998 yılları arasındaki 7.629 firmanın verilerinden yararlanarak satış gelirlerinin %26,4’ünü oluşturan satış gideri ve genel yönetim maliyetlerinin yapışkan olup olmadığını incelemişlerdir. Çalışma sonucunda satışlardaki %1’lik artışın satış ve genel yönetim giderlerinde %0.55 arttırdığını, satışlardaki %1’lik azalmada ise satış ve genel yönetim giderlerini %0.35 azalttığını dolayısıyla satışlardaki artışta yaşanan maliyet artışının satışlardaki azalışta ortaya çıkan maliyet azalmasından fazla olmasından dolayı maliyetlerin satış ve genel yönetim giderlerinde yapışkanlık olduğu sonucuna varmışlardır.

Subramaniam ve Weidenmier (2003:2) çalışmalarında 1979-2000 yılları arasındaki 22 yılın verilerinden yararlanarak faaliyet değişikliğinin büyüklüğünün yapışkan maliyet kavramına etki edip etmediğini araştırmışlardır. Özellikle farklı satış

faaliyet oranlarında nasıl davrandıklarını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, küçük gelir değişikliklerinde satış ve genel yönetim giderleri ile satılan malın maliyetinde yapışkanlık görülmezken gelir %10'dan fazla değiştiğinde söz konusu maliyetlerde yapışkanlık olduğu belirtilmiştir. Ayrıca sektörler arasında da maliyet yapışkanlığı davranışı ve belirleyicileri arasında farklılık olduğunu gözlemlemişlerdir.

Medeiros ve Costa (2004: 1) çalışmaların Brezilya firmaları üzerine yaptıkları 1986-2003 yıllarına ait olan toplam 542 firma verisinden yararlandıkları çalışmalarında Brezilya firmalarındaki satış ve genel yönetim giderleri ile satış gelirlerini karşılaştırarak maliyet yapışkanlığını araştırmışlardır. Yapılan analizler sonucunda satış gelirlerinin %1 artmasıyla satış ve genel yönetim giderleri %0.59 arttığı, gelirdeki %1 azalmanın ise satış ve genel yönetim giderlerini %0.32 azalttığı sonucunu bularak satış ve genel yönetim giderlerinin Brezilya firmalarında yapışkan olduğu sonucuna varmışlardır.

Calleja vd. (2006:127) Amerikan, İngiliz, Fransız ve Alman firmalarının en az 5 yıl kesintisiz işlem gören 1988-2004 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak gelirlerdeki değişime cevap olarak faaliyet giderlerindeki yapışkanlığı analiz etmiştir. Analiz sonucunda gelirlerdeki %1'lik artışın faaliyet giderlerinde %0,97'lik bir artışa, gelirlerdeki %1'lik azalışın ise faaliyet giderlerinde %0,91'lik bir azalışa neden olduğu ve dolayısıyla maliyet yapışkanlığının varlığını kanıtlamışlardır. Ayrıca Fransız ve Alman firmalarında maliyet yapışkanlığının Amerikan ve İngiliz firmalarına göre daha fazla olduğunu belirtmişlerdir.

Balakrishnan ve Gruca (2008:2) maliyet yapışkanlığı ve temel yetkinlik ilişkisi üzerine yapılan çalışma maliyet davranışının firma içi varyansını incelemektedir. Ontario'daki 189 hastanenin 1986-1989 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak yapılan çalışma literatürde 2008 yılına kadar yapılmış çalışmalardan hem ortam (hastane) hem de maliyet (satış ve genel yönetim gideri yerine işletme maliyeti) olarak farklılaşmıştır. Sonuç olarak, bir bütün olarak hastanenin faaliyet giderlerine bakıldığında maliyetlerin yapışkan olduğunu, hasta bakımı ile ilgili maliyetlerde diğer maliyetlere kıyasla daha fazla yapışkanlığın olduğunu, ancak işletme misyonuyla çevresel olarak ilişkili olan destek departmanların işletmenin maliyetlerinde yapışkanlık yarattığına dair herhangi bir kanıt bulunmadığını ifade etmişlerdir.

He, Teruya ve Shimizu (2010:4), 1975-2000 yılları arasında işlem gören ve ulaşılabilen 1802 Japon sanayi firmalarından elde edilen 35,510 firma yıl verisiyle Japonya’da satış, genel ve yönetim giderlerinin yapışkanlığını incelemişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda Amerika’daki yapışkanlığa benzer şekilde Japonya’da da satış, genel ve yönetim giderlerinde yapışkanlığın olduğu ayrıca Japonya’da varlık balonu patlaması olayından sonra maliyet yapışkanlığında önemli bir düşüş olduğunu ve yöneticilerin maliyet davranışlarını ayarladıklarını ifade etmişlerdir.

Porporato ve Werbin (2010), Anderson vd.’nin maliyet yapışkanlığı çalışması ile ilgili olarak literatürü genişletmek adına uygulanan sektörlerin dışında bu kavramı bankalara uygulamışlardır. 2004-2009 yılları arasındaki verilerden yararlanılarak yapılan çalışma Arjantin, Brezilya ve Kanada’da bulunan bankalar üzerine yapılmıştır. Çalışma sonucunda bu bankalarda toplam maliyetlerin yapışkan olduğunu belirtmişlerdir. Arjantin, Brezilya ve Kanada bankalarında gelirlerdeki %1’lik artışın toplam maliyetlerde sırasıyla %0,60, %0,82 ve %0,94’lük artışa gelirlerdeki %1’lik azalışın ise toplam maliyetlerde yine sırasıyla %0.38, %0.48 ve %0.55’lik bir azalmaya sebep olduğunu göstermişlerdir. Ayrıca yazarlar maliyet yapısı ve ekonomik ortamın maliyet davranışı üzerindeki etkilerini de açıklamışlardır. Buna göre, her ülkedeki bankaların maliyet yapısı talepteki artış ve azalışlara verilen maliyet tepkilerinin düzeyini belirlemektedir.

Pervan ve Pervan (2012:152) yaptıkları çalışmada 1999-2009 yılları arasındaki Hırvatistan’da yiyecek-içecek sektöründe yer alan firmaların satış ve genel yönetim giderlerinde yapışkanlık olup olmadığını incelemişlerdir. Analiz sonuçları, işletme gelirlerindeki %1’lik bir artışın maliyetleri %0,61 arttığını, gelirlerdeki %1’lik bir azalışın ise maliyeti %0.52 azalttığını ve bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermiştir.

Chen vd. (2012:252) satış giderleri ve genel yönetim giderleri maliyetlerindeki yapışkanlığın sadece ekonomik faktörlerden değil, aynı zamanda vekalet probleminden dolayı ortaya çıktığını iddia ettikleri çalışmalarında 1996-2005 dönemlerine ait S&P’den elde edilen 1500 firmanın verileriyle analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda, satış ve genel yönetim giderleri maliyet yapışkanlığının vekalet sorunu nedeniyle yöneticilerin imparatorluk kurma uygulamasıyla pozitif ilişkili

olduğunu, güçlü kurumsal yönetimin, vekalet sorunu ve satış ve genel yönetim giderleri maliyetlerinin yapışkanlığı arasındaki pozitif ilişkiyi hafiflettiği belirtilmiştir.

Pervan ve Pervan (2012:963) yapmış oldukları çalışmalarında yiyecek içecek endüstrisinde faaliyet gösteren bir Hırvat firmanın 2003-2010 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak malzeme maliyeti ve çalışan maliyetlerinde maliyet yapışkanlığının varlığını analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda gelirlerdeki %1’lik artışın maliyetleri %0,85 arttırdığını ve gelirlerdeki %1’lik azalmanın ise maliyetleri %0,68 azalttığını bulmuşlardır.

Nassirzadeh vd. (2013:79) yapılan çalışmada Tahran borsasına kayıtlı firmaların 2001-2010 arasındaki yılları kapsayan 10 yıllık verilerinden yararlanılmıştır. Elde ettikleri verilerle gelirlerde ortaya çıkacak değişimin satılan malların maliyeti, satış ve genel yönetim giderlerindeki yapışkanlığı ölçmüşlerdir. Yapılan çalışma sonucunda satılan malların maliyetinde maliyet yapışkanlığının olmadığı ancak satış ve genel yönetim giderlerinde %1’lik gelir artışında bu maliyetlerde %0.443 artış, %1’lik gelir azalışında ise %0.261’lik bir maliyet azalışı gözlemlenmiştir. Ayrıca çalışmalarında şirket büyüklüğünün bir faktörü olan toplam varlıkların satışlara oranının maliyetin yapışkanlık derecesini etkilemediğini ileri sürmüşlerdir.

Kokotakis, Mantalis, Garefalakis, Zanidakis ve Garefalakis (2013:49) çalışmalarında Yunanistan’a ait 438 yiyecek, içecek ve tütün işletmesinin 2001-2012 yıllarını kapsayan 12 yıllık verilerden yararlanarak toplam maliyetlerde maliyet yapışkanlığını analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda β_1 ’in pozitif β_2 ’nin negatif ve anlamlı çıkması ve satışlardaki %1’lik artışın toplam maliyetlerde %1.011 artışa, satışlardaki %1’lik azalışın ise toplam maliyetlerde %0.905’lik bir azalışa neden olduğunu bulmuşlardır.

Zanjirdar, Madahi ve Kasbi (2014:521) çalışmalarında Tahran Borsa’sına kayıtlı 70 firmanın 2002-2011 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak satılan malın maliyeti ve satış ve genel yönetim giderlerini karşılaştırarak yapışkan maliyetin var olup olmadığını araştırmışlardır. Çalışma sonucunda hem satılan malın maliyetinde hem de satış ve genel yönetim giderlerinin yapışkan olduğu sonucuna varmışlardır.

Nugroho ve Endarwati (2014:275) tarafından yapılan Endonezya Borsası'nda 2009-2011 yılları arasında işlem gören imalat firmalarının verilerinden yararlanılan çalışmada SG&A maliyetlerinde yapışkanlığın var olup olmadığını araştırmışlardır. Yapılan araştırma sonucunda örneklem yıllarında Endonezya imalat sanayindeki firmaların satış, genel ve yönetim giderlerinde maliyet yapışkanlığı olduğu sonucuna ulaşamamışlardır.

Banker ve Byzalov (2014:43) tarafından yapılan 1988-2008 yılları arasındaki en azından 2000 firma gözlemini kapsayan verilerden yararlanılarak yapılan çalışmada asimetrik maliyet davranışının ölçülmesiyle ilgili literatür oluşturulmuş ve satış ve genel yönetim giderlerindeki maliyet davranışının analizi incelemişlerdir. Yapılan analiz sonucu 1988-2008 yılları arasında faaliyet gösteren firmaların satış ve genel yönetim giderlerinde yapışkanlık olduğunu tespit etmişlerdir.

Xu, Wang ve Hu (2014:359) Çin'de yaptıkları çalışmalarında 1192 firmanın 2008-2011 yılları arasındaki verileri kullanarak satışlarda meydana gelen değişikliklerde toplam maliyet, faaliyet giderleri, satış giderleri ve genel yönetim giderlerindeki yapışkanlığın olup olmadığını incelemişlerdir. Araştırma sonucunda, toplam maliyetler, faaliyet giderleri ve genel yönetim giderlerinin yapışkan olduğu, satış giderlerinin anti-yapışkan olduğunu gözlemlemişlerdir. Ayrıca maliyet yapışkanlığının sonraki dönem tersine döneceği ancak uzun zamanda düşüp düşmeyeceğinin belirsiz olduğunu ifade etmişlerdir.

Zanella, Oyelere ve Hossain (2015:1) çalışmalarında Birleşik Arap Emirlikleri'nde listelenmiş 105 firmanın 2002-2011 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak işletme gelirleri ile maliyetler arasındaki ayarlama maliyetlerini analiz ederek yapışkan maliyetlerin varlığını araştırmışlardır. Araştırmalarında panel veri analizi kullanmışlardır. Ancak literatürdeki çoğunluğun aksine BAE' de maliyet yapışkanlığının varlığına rastlamamışlardır. Bunun temel sebebinin ise, BAE'nin istihdamı koruma mevzuatından yararlanamayacak yabancı işgücüne sahip olmasından kaynaklandığını ileri sürülmüştür.

İbrahim (2015:119) çalışmasında maliyetlerin talep değişikliğine asimetrik tepki verip vermediği ve 2008 öncesi ve sonrası mali kriz dönemlerinde ekonomik büyümenin maliyet yapışkanlığına etkisini araştırmıştır. 2004-2011 yılları arasındaki

verilerden yararlanılan çalışmada maliyet değişkeni olarak satış ve genel yönetim gideri, satılan malın maliyeti ve toplam maliyet kullanılmıştır. Sonuçlar %1'lik talep değişikliğinde satış ve genel yönetim giderlerinin %0.38 arttığını, düştüğünde %0.08 azaldığını, satılan malın maliyetinde %1.02 arttığını, %0.57 azaldığını yani maliyet yapışkanlığının varlığını ancak talepteki değişiklikte toplam maliyetler %0,91 artarken, %1.03 azalması ise anti-maliyet yapışkanlığını göstermektedir. Bunlara ek olarak yapılan analizlerde satış ve genel yönetim giderlerinin refah dönemlerinde yapışkan, durgunluk döneminde anti-yapışkan olduğu, satılan malın maliyetinin her iki dönemde de yapışkan olduğu ancak toplam maliyetlerin ise her iki dönemde de anlamsız olduğu ifade edilmiştir.

Pamplona, Fiirst, Jesus ve Silva (2016:682) çalışmada Brezilya, Şili ve Meksika'daki halka açık en büyük 50 şirketin 2002-2013 yılları arasındaki verilerden yararlanılarak maliyet yapışkanlığının varlığı araştırılmıştır. Yapılan analizlerle bu ülkelerde maliyetlerin asimetrik davrandıkları sonucuna varılmıştır. Ayrıca toplam maliyetler karşılaştırıldığında Brezilya en az sabit olan, Şili'nin ise en fazla sabit olan şirketlere sahip olduğu tespit edilmiştir. Son olarak ise makroekonomik faktörlerin, farklı ülkelerdeki firmaların asimetrik maliyet davranışlarındaki farklılıkları belirlemede önemli olduklarını belirtmişlerdir.

Cheng, Jiang ve Zeng (2016:177) sermayeye sınırlı erişimin firmaların maliyet yapışkanlığı üzerindeki etkisini Çin'de bulunan özel şirketlerin 1998-2007 yılları arasındaki verileriyle incelemişlerdir. Sonuçlar ortalama olarak satış ve genel yönetim giderlerinin anti-yapışkan olduğunu ve sermayeye erişimin maliyet yapışkanlığının önemli bir belirleyicisi olduğunu göstermektedir.

Magheed (2016:64) yapmış olduğu çalışmasında Amman borsasına kayıtlı Ürdün endüstri firmalarında maliyet yapışkanlığı davranışının belirleyicilerini araştırmıştır. Araştırma kapsamında 2000-2013 yılları arasındaki verilerden satış, genel yönetim ve reklam giderleri ve satılan malın maliyetinde yapışkanlığın olduğu ve satılan malın maliyetinde yapışkanlığın satış, genel yönetim ve reklam giderlerine göre daha az olduğu ifade etmiştir. Ayrıca firmalardaki yapışkanlık derecesini, varlık yoğunluğu, çalışan yoğunluğu, borç yoğunluğu ve sabit varlıkların oranı gibi firma özelliklerinin etkilediğini belirtmiştir.

Zhang (2016:3) çalışmasında satış, genel ve yönetim giderlerinin yapışkanlığı, vekalet teorisi ve rekabet yoğunluğunun ilişkisini analiz etmek amacıyla Kuzey Amerika'daki firmaların 2005-2014 yılları arasındaki verilerini kullanmıştır. Sonuç olarak analiz kapsamına dahil edilen firmaların satış, genel ve yönetim giderlerinde maliyet yapışkanlığının varlığı tespit edilmiştir.

İbrahim ve Ezat (2017:16) Mısır Borsası'nda yer alan şirketlerde maliyet yapışkanlığının var olup olmadığını araştırmıştır. 2004-2011 yılları arasındaki verilerden yararlandıkları çalışmalarında satış ve genel yönetim giderleri, satılan malın maliyeti ve toplam maliyetler ile yapışkanlık analizi yapmışlardır. Çalışma sonucunda araştırmada kullandıkları tüm maliyetlerde yapışkanlık bulduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, kurumsal yönetimin uygulanmasıyla satış ve genel yönetim giderlerindeki yapışkanlığın ortadan kalktığını, satılan malın maliyeti ve toplam maliyetlerde ise yapışkanlık büyüklüğünün değiştiğini belirtmişlerdir.

Alavinasab, Mehrabanpour ve Ahmadi (2017:87), Tahran Borsasına kayıtlı 100 firmanın 2008-2013 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak Tahran Borsası'ndaki ekonomik büyümenin maliyet yapışkanlığına etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda 2008-2013 yılları arasında satış, genel ve yönetim giderleri, satılan malın maliyeti ve faaliyet giderlerinde yapışkanlığın olduğu, maliyetlerin asimetrik davrandıklarını belirtmişlerdir.

Styliani (2017:5) Yunan firmalarında maliyet yapışkanlığının var olup olmadığını araştırmıştır. 2007-2014 yılları arasına ait verilerden yararlanarak yaptığı analizde satışlarda %1'lik artışa karşılık faaliyet giderlerinin %0.57 arttığı ancak satışlardaki %1'lik düşüşün faaliyet giderlerini %0.25 azalttığı ortaya çıkmıştır. Bu sonucun literatürle dengeli sonuç verdiğini ve listelenen Yunan firmalarında maliyet yapışkanlığının varlığını belirtmiştir.

Eltivia, Widiastuti ve Wahyuni (2017:16) çalışmalarında Endonezya'daki kimya ve diğer temel endüstrilerdeki maliyet yapışkanlığını belirlemek için 2014 yılında Endonezya Borsası'nda bulunan 59 firmadan 58'inin verilerinden yararlanmışlardır. Yazarlar Endonezya Borsası'ndaki şirketlerin satış ve genel yönetim giderlerinin yapışkan olduğunu tespit etmişler ve yapışkanlığın nedeninin

yöneticilerin kullanılmayan kaynakları ellerinde tuttuğu için ortaya çıktığını belirtmişlerdir.

Salehi, Ziba ve Gah (2018:1550) tarafından yapılan maliyet yapışkanlığı ve finansal raporlama kalitesi arasındaki ilişkiyi araştıran çalışma Tahran Borsası'nda 2010-2016 yılları arasında faaliyet gösteren firmaları kapsamaktadır. Çalışma sonucunda 2010-2016 yılları arasında Tahran Borsası'na kayıtlı firmaların satış ve genel yönetim giderlerinde yapışkanlığın olduğunu tespit etmişlerdir.

Nagasawa (2018:225) maliyet yönetiminin sadece ticari işletmeler için değil, aynı zamanda kamu kuruluşları içinde geçeli olduğunu ifade etmiştir. Bu nedenle çalışmasında Japonya'daki yerel kamu kuruluşlarına odaklanmış ve kurumların maliyet davranışlarını inceledikten sonra sonucu ticari işletmelerle karşılaştırmıştır. Çalışmasında 1974-2013 yılları arasında 84,343 firma gözlem sayısından yararlanarak yapmış olduğu analizde yerel kamu kuruluşlarının ticari işletmelere göre maliyet yapışkanlığı açısından daha verimli olduğu, ticari işletmelerde yapışkan maliyetlerin varlığına rastlanırken, yerel kamu kuruluşlarında anti yapışkan maliyete rastlandığını belirtilmiştir. Yazar bunun nedeninin ticari işletmeler ve yerel kamu kuruluşları arasında muhasebe ve yönetim sistemleri arasındaki farktan kaynaklandığını ifade etmiştir.

Soenjoto ve Alfiandri (2019:1) çalışmalarında Endonezya'da faaliyet gösteren 53 imalat şirketinin 2011-2015 yılları arasındaki 5 yıllık verilerini kullanarak satış ve genel yönetim gideri ve satılan malın maliyetinin yapışkan olup olmadığını araştırmışlardır. Sonuç olarak, satış ve genel yönetim giderlerinde yapışkanlığın genel olarak kanıtlanmadığı, satılan malın maliyeti için maliyetlerin anti-yapışkan davranış sergilediğini ve varlık yoğunluğunun maliyet yapışkanlığı üzerinde etkisinin olmadığını ifade etmişlerdir.

Habib ve Hasan (2019:453) Amerika'da faaliyet gösteren halka açık firmaların 1991-2013 yılları arasındaki 21,957 firma gözleminden yararlanarak yaptıkları çalışmalarında kurumsal sosyal sorumluluk ve maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Faaliyet giderlerinin bağımlı değişken olduğu çalışmada satışlar %1 arttığında faaliyet giderleri %0.87 artarken, satışlar %1 düştüğünde faaliyet giderleri

%0.79 düştüğü sonucuna varmışlardır. Başka bir deyişle, faaliyet giderlerinde maliyet yapışkanlığı olduğunu ifade etmişlerdir.

Hassanein ve Younis (2020:46) yaptıkları çalışmada İngiltere Borsası'nda kimya sanayisinde işlem gören firmaların 2001-2015 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak finansal kriz ve maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada maliyet yapışkanlığının 2001-2015 arasındaki yıllara bakmanın yanı sıra 2001-2006 yılları arasını kriz öncesi, 2007-2009 arası yılları kriz dönemi ve 2010-2015 arası yılları ise kriz sonrası olarak sınıflandırmışlardır. Analiz sonucunda kriz öncesi dönemin (2001-2006) incelenen tüm maliyetlerde yapışkan olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada dönemle birlikte maliyetlerde yapışkanlık ve anti yapışkanlık olarak değişmektedir.

Ballas, Naoum ve Vlismas (2020:13) Amerika'da listelenen firmaların 1991-2014 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak yaptıkları çalışmalarında satış, genel ve yönetim giderlerinin gösterdiği asimetrik maliyet davranışındaki stratejilerin etkisini incelemektedir. Çalışmada firmaları arayıcı ve savunucu olarak ikiye ayrılmaktadır. Arayıcı firmaların satış, genel ve yönetim giderlerinde maliyet yapışkanlığını, savunucu olan firmaların ise satış, genel ve yönetim giderlerinde anti-maliyet yapışkanlığı olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca yapılan bazı analizler sonucunda firmanın stratejik konumu ve maddi olmayan kaynaklarının da satış, genel ve yönetim giderlerindeki maliyet yapışkanlığını etkilediğini tespit etmişlerdir.

1.8.2. Türkiye'de Yapılan alışmalar

Maliyet yapışkanlığının varlığını test etmek üzere Türkiye'de de sınırlı sayıda da olsa çalışmaların yapıldığı görölmektedir. Aşağıda yapılan bu çalışmalar özetlenmiştir.

Türkiye'de maliyet yapışkanlığının testine yönelik yapılan ilk alışma Yükçü ve Özkaya (2011) tarafından yapılmıştır. Yükçü ve Özkaya (2011: 1) Türkiye'deki firmaların maliyet yapışkanlığı üzerine yapmış oldukları çalışmada genel yönetim ve satış giderleri ile faaliyet giderlerinin yapışkan olup olmadığını incelemişlerdir. Türkiye'de 1987-2008 yılları arasında listelenmiş finansal olmayan firma verilerinden yararlanarak yapılan analizde gelirlerde %1'lik artışın genel yönetim ve satış giderlerinde %0,7, faaliyet giderlerinde %0,93 arttığını, gelirlerdeki %1'lik azalmanın ise genel yönetim ve satış giderlerinde %0.51, faaliyet giderlerinde %0,81 azalttığını

ortaya koymuşlardır. Yazarlar ayrıca maliyet yapışkanlığının makroekonomik istikrardan önemli ölçüde etkilendiğini ve yapışkanlığın kısa dönemde daha belirgin olduğunu ifade etmişlerdir.

Çelik ve Kök (2013: 37) yaptıkları araştırmada Türkiye’de maliyet yapışkanlığı olgusunu IMKB’de 1995-2011 yılları arasında kesintisiz işlem gören firmalar üzerinden incelemişlerdir. Bu kapsamda 119 firmanın 2023 gözlemini kullanarak yapışkanlığa pazarlama, satış ve genel yönetim giderleri, toplam faaliyet maliyetleri ve satışların maliyeti olarak üç maliyet yönünden bakmışlardır. Çalışma sonucunda maliyet yapışkanlığının üç ayrı maliyet açısından geçerli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Öztürk ve Zeren (2016: 31) tarafından yapılan araştırmada maliyet yapışkanlığı geçerliliği BIST imalat sektöründe işlem gören 76 şirketin 2007Q1-2015Q2 yıllarını kapsayan verilerinden yararlanılarak test edilmiştir. Yapılan çalışmada hem satışların maliyeti hem de toplam yönetim maliyetlerinde maliyet yapışkanlığı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmalarında diğer çalışmalardan farklı olarak saklı panel eş bütünlüşme testini kullanarak faaliyet hacminin arttığı ve azaldığı dönemler negatif ve pozitif şokları içeren alt bileşenlere ayrılmakta bu durumun maliyet davranışının asimetrik görünümüne daha güçlü kanıtlar sunduğunu belirtmişlerdir.

Hacıhasanoğlu ve Dalkılıç (2018: 1802) çalışmalarında 2006-2016 yıllarına ait Borsa İstanbul’ da işlem gören 138 firmanın 1406 gözleminden yararlanılarak yaptıkları araştırmada satış ve genel yönetim giderlerinin yapışkanlığını ölçmüşlerdir. Araştırma sonucunda Türkiye’de maliyet yapışkanlığının olduğunu faaliyetlerin arttığı dönemdeki maliyetin, faaliyetlerin azaldığı dönemdeki maliyete kıyasla daha yüksek olduğunu ifade etmişlerdir.

Erdoğan vd. (2019:274) BIST’teki taşa toprağa dayalı, kimya-petrol-kauçuk, gıda içki tütün ve metal eşya makine sektörlerindeki firmaların maliyet yapışkanlığını pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, genel yönetim giderleri ve satışların maliyeti bakımından incelemişlerdir. Araştırma kapsamında 2005-2015 yılları arasında BIST’ te kesintisiz işlem gören 73 firma analize alınmış ve incelenen tüm maliyetlerde sadece taşa toprağa dayalı sektörde pazarlama satış ve dağıtım giderlerinde maliyet yapışkanlığı olduğunu belirtmişlerdir.

Günay (2019:4) tarafından yapılan maliyet yapışkanlığının pay getirisine etkisinin incelendiği çalışmada Afrika, Amerika, Asya, Avrupa ve Okyanusya kıtalarındaki işletmelerin konaklama, eğlence ve yiyecek-içecek sektörlerinden elde edilen verileriyle analiz yapılmıştır. Çalışma sonucunda satışların maliyeti, satış, genel yönetim giderleri ve toplam faaliyet giderlerinde maliyet yapışmazlığının olduğunu tespit edilmiştir.

Karabayır (2019:317) yaptığı araştırmada 2008-2016 yılları arasında BIST' de işlem gören 116 imalat firmasının verilerinden yararlanarak maliyet yapışkanlığının var olup olmadığını test etmiştir. Çalışmasını maliyet yapışkanlığını test etmek amacıyla satışların maliyeti, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri ve genel yönetim giderleri bakımından incelemiş ve maliyet yapışkanlığının varlığına dair kanıtlar sunmuştur.

Karadeniz, Günay ve Koşan (2019:171) araştırmalarında halka açık konaklama işletmelerinde 2008-2016 yılların arasındaki verilerle 1.116 gözlem yaparak maliyet yapışkanlığını analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda satışlar ile satışların maliyeti ve satışlar ile genel yönetim giderleri arasında maliyet yapışkanlığının olduğunu belirtmişlerdir.

Bengü ve Fidancan (2020:331-342) yaptıkları araştırmada BİST kimya ve metal ana sanayi sektörlerindeki imalat işletmelerinin 2009-2018 yılları arasındaki verilerini satışlar ile satışların maliyeti, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri ve genel yönetim giderleri açısından maliyet yapışkanlığını test etmek amacıyla panel veri analizinden yararlanmışlardır. Yapılan çalışmada ilgili sektörlerde analiz yılları arasında herhangi bir yapışkanlığın olmadığını belirtmişlerdir.

Gürkan ve Kaya (2020: 31-47) yılında yaptıkları çalışmalarında BIST 30 endeksinde işlem gören 3 şirketin (THY, Turkcell, Tüpraş) 2005Q1-2018Q3 yılları arasındaki verilerini incelemişlerdir. Analiz kapsamında satış ve genel yönetim giderlerinde maliyet yapışkanlığının varlığı test edilmiştir. Araştırmada THY işletmesinin satış ve genel yönetim giderlerinin yapışkan olduğu, Turkcell işletmesinin istatistiksel olarak anlamlı bulunmadığı ve Tüpraş'ın ise THY'den farklı olarak satış ve genel yönetim giderlerindeki maliyet davranışının ise anti-yapışkan olduğu sonucuna varmışlardır.

Horasan vd. (2020:185-206) Bist imalat sektöründe yer alan işletmelerin 2010-2018 verilerini kullanarak satışların maliyeti ve faaliyet giderlerinde maliyet yapışkanlığını olup olmadığını test etmişlerdir. Araştırma sonucunda satışlar ile faaliyet giderleri arasında maliyet yapışkanlığı olduğunu ifade etmişlerdir.

Özkaya (2020:1) yaptığı çalışmasında literatürde yapılan çalışmaların büyük firmalar özelinde yapılmasını eleştirmiş ve KOBİ'ler üzerine yapılacak çalışmanın boşluğu dolduracağını belirtmiştir. Bu amaçla, Türkiye'de 2013-2017 yılları arasında KOBİ olarak faaliyet gösteren firmaların verilerinden yararlanarak yaptığı analizlerde toplam maliyetlerde, satılan malın maliyetinde ve genel yönetim giderlerinde maliyet yapışkanlığının varlığını tespit etmiştir.

Bengü ve Fidancan (2022: 386) tarafından yapılan Türkiye, Endonezya ve Meksika ülkelerindeki imalat işletmelerindeki maliyet yapışkanlığının karşılaştırıldığı çalışmalarında 2001-2019 yılları arasında faaliyet gösteren toplam 255 firma verilerini analiz etmişlerdir. Çalışmada maliyet yapışkanlığı için satışların maliyeti ve faaliyet giderleri değişkenleri kullanılmış ve analiz sonucunda Türkiye ve Endonezya'da yalnızca satışlar ile faaliyet giderleri arasında yapışkanlık varken, Meksika'da hem satışların maliyetleri hem de faaliyet giderlerinde maliyet yapışkanlığının var olduğunu ifade etmişlerdir.

2. KÂR YÖNETİMİ VE FİRMA KARAKTERİSTİKLERİ

2000’li yılların başından beri yaşanan muhasebe skandallarıyla birlikte finansal bilgi kullanıcıları dikkatlerini yapılan muhasebe manipülasyonlarına odaklamışlardır. Yapılan muhasebe manipülasyonlarından biri olan kâr yönetimine, literatürde iyimser ve kötümser olarak iki farklı açıdan bakılmaktadır. İyimser bakış açısında, şirket hissedarlarının paylarını maksimize etme amaçlanırken kötümser bakış açısında ise finansal bilgi kullanıcılarını yanıltma düşüncesi yer almaktadır (Aygün ve Akçay, 2015: 58).

İşletme yöneticileri tarafından alınan finansal kararlar firmanın finansal yapısı üzerinde önemli bir yere sahiptir. Hatta işletmede sermaye ile ilgili alınan bu kararlar firmayı iflas kadar ciddi finansal sıkıntılarla karşılaştırabilmektedir. Bu nedenle işletme yöneticileri sermaye yapılarını firma değeri maksimize olacak şekilde oluşturmaya çalışırlar. İşletmelerinin optimal sermaye yapısına sahip olmasını isteyen yöneticilerin kaynak temini ve varlık kullanımı için izledikleri finansal politikalar firma karakteristiklerini belirlemektedir (Ata ve Ağ,2010: 45).

Çalışmanın ikinci bölümünde maliyet yapışkanlığı ile ilişkilendirilen kâr yönetimi ve firma karakteristiklerinin teorik yapısı yer almaktadır. Bununla ilgili kâr yönetimi kavramı, kâr yönetiminin amaçları, nedenleri ve kâr yönetiminin ölçüm yöntemleri anlatılmaktadır. Ayrıca firma karakteristiği olarak firmanın kârlılık oranı, finansal kaldıraç oranı, firma büyüklüğü ve firma yaşı değişkenlerine yer verilmiştir.

2.1. Kâr

Kâr yönetiminin ne olduğunu ifade etmeden önce kâr kavramının tanımının yapılmasının daha doğru bir yaklaşım olacağı düşünülmektedir. Kâr kavramı işletmenin durumu hakkında finansal tablolardan elde edilen birincil bilgi kaynağı olarak kabul edilebilir (Lev, 1989:155). Muhasebede tahakkuk tabanlı bir gösterge olarak nitelendirilen kâr, işletmenin finansal performansının bir özeti olarak görülmektedir. Bu ise, kredi sağlayıcılar, işletme yöneticileri ve yatırımcılar açısından oldukça önemlidir (Güçlü, 2022:7). Kâr kavramı, finansal tablo kullanıcılarına firmanın değeri ile ilgili olarak bilgi sağlamanın yanında firma dışında bulunan paydaşlar tarafından da firmanın doğrudan gözlemlenmesi açısından önemlidir (Karacaer ve Özek, 2010:61). Özellikle kâr kavramı sermaye piyasalarında yer alan

işletmeler açısından daha büyük bir öneme sahiptir. Çünkü hisse başına kârın yükselmesi için işletmenin krının yükselmesi gerekmektedir. İşletmenin kâr elde etmesiyle işletmenin piyasa değeri yükselmekte ve paydaşları açısından refah düzeyini arttırma amacı da sağlanmaktadır (Kara ve Tuna, 2018:98).

İşletmenin kuruluş amaçlarından olan ve faaliyetlerini devam ettirirken öncelikli beklentisi olan kr, işletmenin srekliiliği ile birlikte verimlilik ve büyüme için oto finansman sağlamakta ve topluma karşı sosyal sorumluluk faaliyetlerini de gerçekleştirebilmektedir (Zaif, 2005:40).

2.1.1. Kr Yönetimi

Finansal tablo kullanıcılarının bir firmanın piyasadaki değerini belirlemede bakılacağı ilk yer işletmenin kâr elde edip etmediğidir. İşletmeler kârlarını belirlerken muhasebe bilgi sistemleri içerisinde yer alan standartlara göre hareket etmektedirler. Yöneticiler ise bu standartlar sayesinde bilgi kullanıcılarına güvenilir ve düşük maliyetle bilgilerini sunabilmektedirler. Muhasebe standartları yurtiçi ve uluslararası olarak uygulanması yönünden ikiye ayrılmaktadır. Ancak uluslararası muhasebe standartlarına uygun olarak düzenlenen finansal raporlarda yer alan kârın diğer standarda göre hazırlanan krdan daha kaliteli olduğu görüşü yaygındır (Dunstan, 2013:55). Dolayısıyla her bir yönetici firmasını ön plana çıkarmak istemekte ve yönetici ve ortakların menfaatleri açısından muhasebe sistemlerinde yer alan bazı esnekliklerden faydalanarak finansal tabloları olduğundan farklı gösterecek bazı yöntemler kullanabilmektedirler. Literatürde oldukça yaygın olan bu kavram “kazanç yönetimi” ya da “kr yönetimi” olarak anılmaktadır.

Kr yönetimi, firmanın performansının ölçülmesi ve değerlendirilmesi açısından kullanılan önemli bir göstergedir (Tuan ve Borak, 2020:384). Bu yüzden işletme sahipleri, yatırımcılar, mali kuruluşlar, devlet, araştırmacılar vb. gibi finansal bilgi kullanıcıları için işletmeler tarafından yayınlanan finansal raporlar önem arz etmektedir. Kullanıcılar raporların net, tarafsız ve gerçek bilgileri yansıtmasını isterler.

Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkelerine göre finansal raporlar ahlak ve etik anlayışına göre hazırlanmak zorundadır. GKGMİ çerçevesinde yöneticiler kr yönetimini belirli hedeflere ulaşmak için dönem muhasebe krının yasal sınırlar çerçevesinde yönetilmesi gibi alternatif hesaplama yöntemleriyle kazançlarını

düzenleyebilmektedir (Akman ve Bitlisli, 2021:104; Adıgüzel,2018:64). Ancak GKGMİ'nin yöneticilere vermiş olduğu takdir yetkilerini bazı yöneticiler iyimser olarak kullansa da bazı yöneticiler bu takdir yetkisini kötümser olarak uygulamaktadır (Aygün ve Akçay, 2015:58). GKGMİ'nin sınırlarının aşılması halinde yapılan kâr yönetimi uygulamalarında denetleyici ve düzenleyici kuruluşlar tarafından uygulamaları tespit ederek ve gerekli yaptırımları uygulanarak hareket edildiği görülmektedir (Mulford ve Comiskey, 2002).

Kâr yönetimi kavramının ilk olarak Healy tarafından 1985'lerde ortaya çıktığı söylene de literatürde konu ile ilgili 1953 yılında Hepwort tarafından yönetici teşviki ve hissedar memnuniyeti arasındaki ilişki ile ilgili çalışmasının olduğu ifade edilmektedir (Tekin ve Kabadayı, 2014:130).

Araştırmacılar tarafından tüm yönleriyle ilgi çeken bir konu haline gelmesi ve uzlaşılan bir tanım olmamasından dolayı kâr yönetimi için farklı tanımlamalar mevcuttur.

Schipper (1989:91) bazı özel kazanç elde edebilmek amacıyla dışsal raporlama sürecine yapılan kasıtlı müdahale olarak tanımlamaktadır.

Healy ve Wahlen (1999:3) ise kâr yönetimini birtakım çıkar sahipleri için firmanın mali durumu hakkında yanıltıcı bilgiler sunmak ve raporlanan rakamlara yönelik sözleşmeye bağlı sonuçları etkilemek amacıyla finansal raporları değiştirme olarak tanımlamaktadırlar.

Mulford ve Comiskey, önceden belirlenen bir amaca ulaşmak için kârların etkin bir şekilde manipüle edilmesi olarak tanımlamışlardır. Ayrıca kâr yönetimini finansal olarak iyi durumda olunan dönemlerdeki kazançların durağan olunan dönemlerde kullanmak amacıyla düşük gösterilmesi sağlama amacı olarak belirtmişlerdir.

Giroux ise kâr yönetimini istenilen sonuca varmak amacıyla kazançların birtakım işlem ve isteğe bağlı olarak muhasebe yöntemleri yoluyla düzeltilmesi olarak ifade etmiştir (Özden ve Ataman, 2014:14).

Ronen ve Yaari (2008:26)' e göre kâr yönetimi, yöneticilerin ekonomik performans hakkında paydaşları yanıltma ve rapor edilen kâra bağlı sözleşmelerden

ortaya çıkan sonuçları etkilemek amacıyla finansal raporları değiştirdiğinde meydana gelmektedir.

Kâr yönetimi, işletmenin piyasadaki değerini artırmak ve işletmenin finansal tablolarından yararlanan kullanıcılar için karar süreçlerini etkilemek maksadıyla işletme kazançlarıyla ilgili yaptıkları birtakım oyunlardır (Çıtak, 2009:101).

Kâr yönetiminde bilinmesi gereken kârların her zaman yukarıya doğru manipüle edildiği değil de aşağıya doğru da manipülasyonların da söz konusu olduğudur (Tuan ve Borak, 2020:382).

Beneish (2001:3)'e göre kâr yönetiminin iki yönü bulunmaktadır. Bunlardan biri yukarıdaki tanımlamaların birçoğunu içeren fırsatçı yönü başka bir deyişle yöneticilerin yatırımcıları yanıltmak çabasında olduğu durumdur. Diğer yönü ise bilgisel yönüdür ki yöneticilerin firmanın gelecekteki nakit akışıyla ilgili beklentilerini kâr yönetimini bir araç olarak kullanarak yatırımcıya iletmesi durumudur.

Literatürde çalışmalar kâr yönetimini olumlu bakış açısıyla, olumsuz bakış açısıyla ya da her iki bakış açısını birlikte içerecek şekilde tanımlamışlardır.

Aygün ve Akçay (2015:58) kâr yönetimini finansal tabloların çarpıtılarak sunulmasından dolayı paydaşları yanıltmasını fırsatçı kâr yönetimi bakışı olarak tanımlarken, işletme ortaklarının servetini maksimum düzeye çıkarmak amacıyla yöneticilerin yararlandıkları bir yönetim aracı olarak bilgisel kâr yönetimi bakışını tanımlamaktadırlar.

Ronen ve Yaari (2008:25) kâr yönetimi için yapılan farklı tanımlamaları üç renkle özetlemiştir. Buna göre beyaz renk finansal raporların şeffaflığını artıran faydacı kâr yönetimi, siyah renk yanlış beyan ve sahtekârlık içeren zararlı kâr yönetimini ve son olarak gri renk ise standartlarla uyum içerisinde finansal raporların manipüle edildiği fırsatçı kâr yönetimini tanımlamaktadır.

2.1.1.1. Kâr Yönetiminin Amaçları

Araştırmacılar açısından kâr yönetimi için farklı tanımlamalar mevcut olsa da literatürde yöneticilerin kâr yönetimi yapma amacında ortak bir paydada birleşilmektedir. Buna göre, kâr yönetiminin en önemli amacı firmaların daha düşük maliyet ile kaynak temin edebilmelerine olanak sağlamak ve borç sözleşmelerinde yer

alan koşulları karşılayamamaktan kaçınmaktır (Küçüksozen, 2004:168). Bu amaçların haricinde yöneticilerin gelirlerini manipüle etme, politik düzenlemelerden oluşabilecek riskleri en aza indirme, yatırımcılar için firma riskini minimum düzeye indirme, vergi avantajı elde etme, firmanın gelecek performansı ile ilgili olarak olumlu görüşün oluşmasını sağlama ve hisse senedi fiyatlarını ve risklerini etkileme sayılabilir (Tekin, 2017:25).

2.1.2. Kâr Yönetiminin Nedenleri

Araştırmacılar açısından işletmelerin kâr yönetimi yapmalarından çok işletmeyi kâr yönetimi yapmaya teşvik eden nedenlerin bilinmesi daha önem arz etmektedir. Mulford ve Comiskey' e göre, işletmelerin kâr yönetimi yapmasına neden olan hususlar,

- İşletmenin hisse senedi fiyatında meydana gelecek düşüşlerden kaçınmasını sağlamak,
- İşletmenin hisse senedi fiyatını arttırabilmek amacıyla kârını yüksek göstermek,
- Gerekli olan alt ve üst sınır arasında kâr elde ederek performansa dayalı ödülleri alabilmek,
- İşletmeyi politik maliyetlerden uzaklaştırmak amacıyla kârı gerektiği gibi raporlamak,
- İşletmenin potansiyel sözleşme ihmalî olan erken ödeme ya da faiz artışından kaynaklanabilecek kötü sonuçlardan kaçınmak,
- İşletmenin değerlendirme sırasında riskinin yüksek algılanmaması amacıyla kâr oynaklığını azaltmak,
- Yönetimin değişmesiyle birlikte giderlerin yüksek olarak kaydedilmesi ile gelecek dönemler için refah sağlamak ve sorumlu olarak eski yönetimi göstermek,
- İşletmenin yüksek olarak tahmin edilmiş gelir arttırıcı tahakkukunu iptal ederek sonraki dönemlerde ulaşılması hedeflenen kâra ulaşmak (Temiz, 2016:22).

Yukarıda sayılan maddelere ek olarak yöneticileri kâr yönetimi yapmaya teşvik eden nedenler üçe ayrılmaktadır. Bunlar, sermaye piyasalarından kaynaklanan

nedenler, sözleşmeden kaynaklanan nedenler ve politik nedenlerden kaynaklanmasıdır.

2.1.2.1. Sermaye Piyasasından Kaynaklanan Nedenler

Kâr yönetiminde sermaye piyasasından kaynaklanan nedenler, işletmenin hisse senedi fiyatını etkileme ve bu etkiden kâr sağlama amacıyla ortaya çıkmaktadırlar. İşletme yönetimi özellikle hisse senedi fiyatlarında oluşabilecek büyük dalgalanmaları önlemek adına kâr yönetimi uygulamalarına başvurabilmektedir (Salah, 2010).

Sermaye piyasalarından kaynaklanan ve işletmeleri kâr yönetimi yapmaya yönlendiren nedenler, işletme yöneticilerinin firmayı ele geçirme uygulamalarında ele geçirme maliyetini düşürme, firmanın ilk halka arz ya da sermaye arttırmada sağlanacak fon tutarını arttırma, yönetim tarafından yapılan kâr tahminleri veya finansal analistler tarafından yapılan kâr tahminlerini karşılama ve işletmenin kârlılığının gelecek dönemlerde daha yüksek olacağı izleniminin verilmesi olarak sınıflandırılabilirler (Jackson ve Pitman, 2001).

İşletme yöneticilerinin kâr yönetimi uygulamalarına yönelmelerinin bir amacı da kârı azaltmak suretiyle kâr yönetimi uygulama ve böylece şirketi ele geçirme maliyetlerini düşürerek menfaat sağlamaktır. Konuyla ilgili ilk çalışma 1986 yılında DeAngelo tarafından 1973-1982 yılları arasında New York Stock Exchange ve American Stock Exchange’ de işlem gören 64 firma üzerinden gerçekleştirilmiştir. Çalışmada halka açık olan bir firmanın dolaşımdaki hisselerini geri almak amacıyla halka açık olmayan firma dönüştürülmesinde ve bu işlem sırasında işletmeyi ele geçirme uygulamalarında işletmenin değerini düşürmek isteyen yöneticilerin kâr yönetimi uygulayıp uygulanmadığını test edilmiştir. Söz konusu çalışmadan istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilememiştir. Bunun nedeninin ise yetkili otoriteler aracılığıyla denetimlerin yapılması olduğu ifade edilmiştir.

Aynı şekilde Perry ve Williams tarafından 1994 yılında yapılan ve Wu tarafından 1997 yılında yapılan çalışmalarda işletmenin ele geçirilmesi sırasında kâr yönetimi uygulanıp uygulanmadığı araştırılmıştır. Analiz sonuçlarında her iki çalışmanın da ortak sonucunun, şirketi ele geçirme sırasında işletme yöneticilerinin kârı azaltıcı yönde işlemler ile kâr yönetimi uygulamaları yaptığını göstermektedir.

Kâr yönetimi uygulamalarına başvurmada bir diğer sermaye piyasasından kaynaklanan neden ise firmanın hisse senetlerinin halka ilk kez arz edilmesi veya sermaye arttırımı amacıyla sağlanacak fon tutarını arttırmaktır. Halka ilk kez arz edilen firma hisse senetlerinde piyasa değeri oluşmadığından yatırımcıların alınacak kararlarda finansal tablolarda yer alan bilgilere güvenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla da halka ilk kez arz edilen hisse senetlerinin piyasada başlangıç fiyatının bulunmaması kâr yönetim uygulamasıyla bu başlangıç fiyatının yükselmesine ve sağlanacak fon miktarında artışa neden olacaktır (Stolowy ve Breton, 2000:7).

Sermaye piyasasından kaynaklanan nedenlerden bir diğeri de finansal analistler tarafından yapılan kâr tahminlerini karşılamaktır. Analistler tarafından yapılan kâr tahminlerini sağlayan firmaların hisse senetlerinin fiyatlarında yükselme, kâr tahminini sağlayamayan firmaların hisse senedi fiyatlarının ise düşüş olabilmektedir. Dolayısıyla yöneticiler bu hisse senedi azalışından kaçınmak amacıyla dönem sonuna kadar mal satışlarını arttırma ya da menkul kıymet veya sabit kıymeti kârlı bir fiyattan satarak ve döneminde olan giderin daha az gösterilmesi ile kâr yönetimi uygulamalarına başvurmaktadırlar (Akçay, 2017:85).

İşletmenin sermaye piyasasından kaynaklanan son nedeni ise işletme kârlılığının gelecekte yüksek olacağı izlenimi vermesidir. Bu kapsamda şirketler finansal tablolarda bazı kalemlerdeki gelirleri erteleyerek ya da zarar yazarak dönem kârını azaltmakta böylece sonraki dönem kârı daha yüksek gösterebileceklerdir. Literatürde bu durum Healy (1985) tarafından açıklanan finansal tablo yıkanması (take a bath) olarak bilinen bir stratejidir. Healy'e göre teşvik primi almak isteyen şirket yöneticilerinin gerekli kâr sınırına ulaşamadıkları için kârı bu dönem için düşürmeye yönelik kâr yönetimi uygulaması yapmakta ve gelecek dönem daha yüksek kâr elde edebilmeleri şeklinde ifade etmektedir (Yaşar, 2011:41).

2.1.2.2. Sözleşmeden Kaynaklanan Nedenler

Kâr yönetimi uygulamalarında sözleşmeden kaynaklanan nedenler yöneticiler ile yapılan prim sözleşmeleri ve borç sözleşmeleri olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir.

Yöneticiler ile yapılan prim sözleşmeleri konusunda Healy (1985), yöneticilerin belirli bir kâr limitinin üstüne çıktıklarında alacakları primlerden dolayı yöneticilerin kâr yönetimi uygulaması yapıp yapmadığını araştırmıştır. Araştırma sonucunda kârın limitin altında kalmasıyla prim ödemesi yapılmayan yöneticilerin kâr yönetimi uygulamalarına yönelerek kârı limitin üstünde bir miktar olarak açıkladıklarını ve prim aldıkları belirtmiştir. Ayrıca limitin üzerinde kâra sahip işletme yöneticilerinin ise sınırı aştıkları için fazladan prim elde edemedikleri için kârı azaltıcı yönde kâr yönetimi uyguladıkları ifade edilmiştir. Benzer bir çalışmada Bergstresser ve Philippon tarafından yapılmış ve yönetici ücretlerinin hisse senetlerine bağlı olduğu zaman yöneticilerin isteğe bağlı tahakkuklarla kâr rakamlarını değiştirdiklerini gözlemlemişlerdir.

Sözleşmeden kaynaklanan nedenlerden bir diğeri olan borç sözleşmelerinde ise borç veren tarafın kendi alacağını güvenceye almak adına kâr payı dağıtılmaması, başka borç almama gibi firmaya belirli kısıtlamalar getirebilir. Borç vereni koruma amacıyla yapılan finansal raporların izlenmesiyle pozitif borç şartları ve bazı işlemlere getirilen sınırlandırmalarla negatif borç şartları yer almaktadır. Pozitif olan borç şartı, cari oranın en alt düzeyinin 2 olması ve en üst düzey borçlanma oranının ise 1 olması gibi en alt ve en üst düzey finansal şartın işletme tarafından sağlanmasını gerektirir. İşletme tarafından bu şartların sağlanamaması durumunda kredi verenlerin kredi faiz oranlarını arttırması, ek olarak teminat istemesi veya kredi taksitlerini vadeden önce ödeme talebi getirebilir. Negatif olan borç şartlarında ise borç alan firmanın bazı işlemlerde kredi veren lehine karar alması yer almaktadır (Yaşar, 2011:43).

Yöneticiler ise bu taahhütleri ihlal etmemek amacıyla tahakkuk yolu ya da faaliyetlerin yönetimi yoluyla kâr yönetimine başvurumaktadırlar. Bahsedilen kâr yönetimi genellikle gelir arttırıcı yöndedir ancak borç yapılandırmasına giden zor durumda olan borçlu ya da borç sözleşmesini ihlal eden firmalar ise avantajlı konumda olmak açısından gelir azaltıcı yönde kâr yönetimi uygulamalarına başvurumaktadırlar (Adıgüzel, 2018:72).

2.1.2.3. Politik Nedenler

Yöneticilerin kâr yönetimi uygulamalarına yönlendiren nedenlerden biri de politik nedenler ya da literatürde sıklıkla geçen kural koyuculardan kaynaklanan

nedenlerdir. Politik nedenler, ürün fiyatlarında yaşanan hızlı fiyat artışları, gümrük korumalarından yararlanma, anti tröst soruşturmalar ve sektörle ilgili olan düzenlemelere uyma zorunluluğundan kaynaklanmaktadır.

Politik nedenlerden kaynaklanan kâr yönetimi uygulamalarından biri ürün fiyatlarında yaşanan ani artışlardan meydana gelmektedir. Büyük ve kâr potansiyeli yüksek olan şirketlerin düzenleyici otoritelerin dikkatini çekmemek adına kârlarını düşük gösterme eğiliminde oldukları söylenebilir. Bu duruma 1970’li yıllarda yaşanan petrol fiyatlarının aşırı artmasına dayanarak petrol şirketlerinin büyük kâr rakamlarına ulaşmaları ve devletin bu kârı özel olağanüstü kâr vergisi kanununa dayanarak vergilendirmesi örnek olarak verilebilir (Küçüksözen, 2004:180).

Gümrük korumalarından yararlanma bir diğer yöneticilerin kâr yönetimine başvurmadaki politik nedenleri arasında yer almaktadır. Gümrük korumadan kasıt ise, gümrük tarifelerinin yükseltilmesi veya kotaların düşürülmesi olarak ifade edilebilir. Bu amaçla işletme yöneticileri gümrük korumalarından yararlanma amacıyla kârlarını azaltıcı yönde kâr yönetimi uygulamalarına başvurumaktadırlar (Zor ve Korga, 2020:15).

Anti tröst yasalar, tekel ya da kontrolün olmadığı iş faaliyetlerinde tekel olma girişimlerine getirilen yasaklardır. Dolayısıyla, anti tröst soruşturmalarla karşılaşan firma yöneticileri, mahkeme kararlarıyla gelebilecek politik maliyetlerden kaçınma amacıyla kârı azaltıcı yönde kâr yönetimi uygulamalarına yönelmektedirler (Yaşar, 2011:46).

İşletme yöneticilerinin kâr yönetim uygulamalarına yönelmesindeki politik nedenlerden biri de sektörler ile ilgili düzenlemelerdir. Amerika Birleşik Devletleri’nde neredeyse tüm sektörlerde belirli bir dereceye kadar düzenlemeye tabi tutuldukları bazılarının ise muhasebe verileriyle ilgili düzenlemelerle karşılaştıkları ifade edilebilir. Örneğin bankacılık ile ilgili olarak söz konusu bankaların muhasebe verilerinin belirli sermaye yeterliliğine sahip olması zorunluluğu bulunmaktadır. Sigorta şirketlerinde ise asgari finansal sağlamlılık şartını taşıması zorunluluğu yer almaktadır. Kamu sektöründe ise oransal düzenlemelere gidilmekte ve yatırım yapılan varlıklar üzerinden normal getiri elde etmelerine izin verilmektedir (Healy ve Wahlen, 1998).

2.1.3. Kâr Yönetiminin Ölçümü

Kâr yönetiminin ölçümü, tahakkuk esaslı modeller ve karma modeller olarak ikiye ayrılmaktadır. Tahakkuk modelleri, ihtiyari tahakkuk ve ihtiyari olmayan tahakkuk olmak üzere ikiye ayrılmakta ve kâr yönetimi uygulamalarının bir göstergesi olarak da ihtiyari tahakkuklar kullanılmaktadır. Çünkü yöneticilerin zaten ihtiyari olmayan tahakkukları yasalar gereği yerine getirdiği ve müdahale edemeyeceği açıktır. İhtiyari olmayan tahakkuklar ise yönetici kontrolü ve inisiyatifinde olduğundan ve gerek yürürlükteki yasal mevzuatlardaki boşluk ve esneklikle gerekse yasal olmayan yollarla değiştirilmektedir (Duman, 2010:176). Karma modeller, tahakkukların yanında finansal tablolardaki farklı değişenleri de kullanarak ölçüm yapmaktadır (Tekin,2017:79).

2.1.3.1. Tahakkuk Esaslı Modeller

2.1.3.1.1. Imhoff ve Eckel Modeli

Imhoff (1977) ve Eckel (1981) modelleri, Imhoff ve Eckel tarafından ayrı ayrı olarak “gelirin istikrarlı gösterilmesini” ölçmede kullanılmak amacıyla geliştirilmiş modellerdir. Bu modellerde kâr sapması satışlardaki sapma ile test edilerek finansal bilgi manipülasyonunun yapıp yapılmadığı belirlenmektedir. Imhoff ve Eckel’e göre kâr belirli bir ölçüde satışlara bağlı bir değişken olarak varsayılmıştır. Buna göre satışlardaki bir değişim kâr üzerinde göreceli bir etkiye neden olmakta ancak eğer kârda meydana gelen değişim satışlardaki değişimden daha az olursa, kârın istikrarlı gösterildiğinden söz edilmesinin mümkün olduğunu ifade etmişlerdir (Tekin, 2017:69).

2.1.3.1.2. Healy Modeli

Healy (1985:85) “Prim planlarının muhasebe kararları üzerindeki etkisi” çalışmasında 1930-1980 yılları arasındaki 94 firmanın verilerinden elde ettiği bilgilerle kâr yönetimini ölçümlemek amacıyla geliştirilen ilk modeldir. Çalışmasında ihtiyari olmayan tahakkukları sabit kabul ederek kâr yönetimini belirlemek için ihtiyari tahakkukları tahmin etmeye çalışmıştır. Sonuç olarak prim planlarının, yöneticilerin alacakları ikramiyeleri arttırmak amacıyla tahakkuk ve muhasebe manipülasyonlarına başvurduklarını ifade etmektedir.

Healy modeli:

$$NDA_t = \frac{1}{n} \sum_T \frac{TA_T}{A_{T-1}}$$

NDA; ihtiyari tahakkukları,

TA; toplam tahakkukları,

A; toplam varlıkları ifade etmektedir.

Modelde, bu yılın ihtiyari tahakkuklarının önceki yılın toplam tahakkuklarının bileşimi olduğu varsayılmaktadır. İhtiyari tahakkuklar sıfır ise bu kâr yönetimi yapılmadığının göstergesidir. Ancak sıfır olmayan ihtiyari tahakkuklar firmanın kâr yönetimi yaptığını, $NDA < 0$ ise kârlarını arttırma, $NDA > 0$ ise kârlarını düşürme yönünde faaliyette bulunduğunu göstermektedir (Aren, 2003:34). Burada yöneticilerin tasarrufuna bağlı olan isteğe bağlı tahakkukları hesaplamak için her bir firmanın tahmin dönemindeki toplam tahakkuklarının ortalamaları kullanılmıştır. Ancak ihtiyari tahakkukları tahmin etmede oldukça yetersiz olduğu belirtilmiştir (Young,1999:837).

2.1.3.1.3. DeAngelo Modeli

DeAngelo (1986:400) modelinde yöneticilerin halka açık olan firmalarının hisse senetlerini geri almadan önce hisse değerlerini düşürme amacıyla kâr yönetimi uygulanıp uygulanmadığını analiz etmektedir. Bunu ölçümlemek amacıyla 1973-1982 yılları arasındaki 64 firmanın muhasebe kararlarını incelemiştir.

DeAngelo (1986) modeli;

$$NDA_t = \frac{TA_t - TA_{t-1}}{A_{t-1}}$$

NDA_t , t dönemindeki ihtiyari tahakkukları

TA_t , t dönemindeki toplam tahakkukları

TA_{t-1} , t-1 dönemindeki toplam tahakkukları

A_{t-1} , t-1 dönemindeki toplam varlık değerlerini ifade etmektedir.

Modele göre, toplam tahakkuklardaki değişimin yıllar itibariyle 0 olması kâr yönetimi yapılmadığını, negatif olması ise hisse senetlerinin geri alındıkları dönemlerde kâr yönetimine başvurulduğunu gösterecektir (Küçüksözen, 2004:258).

Yapılan analiz sonucunda DeAngelo (1986:400), incelenen şirketlerin tahakkukların azaltılması yoluyla raporlanan geliri azaltmak amacıyla kâr yönetimi uygulanmadığını ifade etmiştir.

2.1.3.1.4. Jones Modeli

Jones tarafından 1991 yılında ortaya çıkan Jones modeli, ihtiyari tahakkukları toplam tahakkukla hesaplamayan model olma özelliğine sahiptir. Model, firma verilerini bir zaman serisi şeklinde ele almakta ve farklı ekonomik şartlarda firma tahakkuklarını belirlemeyi esas almaktadır (Aren,2003:35).

Jones modeli Amerika Birleşik Devletleri Ticaret Komisyonu tarafından incelemenin yapıldığı dönemde ABD firmalarının gümrük bağışından yararlanmak adına gümrük tarifelerini yükseltmesi ya da kotaları kısıtlama gibi kâr yönetimi ile kârlarını düşürüp düşürmediklerini incelemek adına kurulmuştur (Jones,1991:193).

Jones modelinde iki temel varsayım bulunmaktadır. İlki, satış gelirlerinin yönetilemediğidir. İkinci varsayım ise, dönen varlık ve yükümlülüklerdeki değişimlerin satış gelirlerindeki değişikliklerden kaynaklandığıdır (Ajit, Malik ve Verma, 2014:12).

$$TA_{it}/A_{it-1} = \alpha_i[1/A_{it-1}] + \beta_{1i}[\Delta REV/A_{it-1}] + \beta_{2i}[PPE/A_{it-1}] + \varepsilon_{it}$$

TA_{it} , t yılında i firmasının toplam tahakkuklarını

A_{it-1} , t-1 yılında i firmasının toplam varlıklarını

ΔREV , gelirlerdeki değişimi

PPE , brüt maddi duran varlıkları ifade etmektedir.

Jones modeli ihtiyari tahakkukları aktiflerle ilişkilendirerek bu orantıda temel bir sapma varsa bu durumu kâr yönetimi uygulandığı varsayımına dayandırmaktadır (Tekin ve Kabadayı,2014:146).

2.1.3.1.5. *Düzeltilmiş Jones Modeli*

1991 yılında kâr yönetiminin ihtiyari tahakkuklarla ölçümleyen Jones modelindeki eksiklikleri gidermek amacıyla 1995 yılında Düzeltilmiş ya da Modifiye Edilmiş Jones modeli adıyla anılan model, yalnızca gelirdeki değişimi kullanmamakta aynı zamanda alacaklardaki değişimi de modele dahil ederek kâr yönetimini ölçümlemektedir (Dechow, Sloan ve Sweeney, 1995:199).

Düzeltilmiş Jones modeli, literatürde sıklıkla kullanılan ve en güçlü ölçümü yapan model olma özelliğine sahiptir (Onay ve Benligiray, 2021:2620).

$$NDA_t = \alpha_1(1/TA_{t-1}) + \alpha_2[(\Delta REV_t - \Delta REC_t) - TA_{t-1}] + \alpha_3(PPE_t/TA_{t-1})$$

NDA_t , t yılındaki ihtiyari tahakkukları,

TA_{t-1} , t-1 yılındaki toplam tahakkukları,

ΔREV_t , t yılında gelirlerde meydana gelen değişimi,

ΔREC_t , t yılındaki alacaklardaki değişimi,

PPE_t , t yılında brüt maddi duran varlıkları göstermektedir.

Analiz sonucunda kredili satışlar ile kârı yönetimi yapmanın nakit satışlar ile kâr yönetimi yapmaktan daha kolay olduğunu ve kredili satış yapmanın kâr yönetimi yapma amacıyla yapıldığını belirtmektedirler (Dechow vd.:1995: 224).

2.1.3.1.6. *Endüstri Modeli*

Endüstri modeli, Jones modeli (1991) ile benzer bir şekilde, ihtiyari olmayan tahakkukların bütün dönemler için varsayımına esneklik sağlamaktadır. Ayrıca model ihtiyari tahakkukların belirleyicilerini doğrudan modellemek yerine bu belirleyicilerdeki değişimin aynı sektörde bulunan tüm şirketler için aynı olduğu varsayımıyla hareket etmektedir. Yöntemde aynı sektörde bulunan firmaların aktif büyüklüğüne göre ölçeklendirerek toplam tahakkuk oranlarının medyan değeri kullanılmaktadır (Yalçın,2019:581).

$$NDA_t = \beta_1 + \beta_2 Medyan_j(TA_t/A_{t-1})$$

NDA_t , t yılındaki ihtiyari tahakkukları

TA_t , t yılındaki toplam tahakkukları

A_{t-1} , t-1 yılındaki toplam varlıkları göstermektedir.

2.1.3.1.7. Barton ve Simko Modeli

Barton ve Simko modeli (2002), yöneticilerin önceden yaptıkları kâr yönetimlerinin yeniden kâr yönetimi yapmalarını zorlaştırıp zorlaştırmadıklarını test etmektedir. (Barton ve Simko,2002:2). Model formülasyonu aşağıdaki gibidir:

$$\frac{\text{Net Faaliyet Varlıkları}}{\text{Satışlar}}$$

Barton ve Simko yapmış oldukları araştırma sonucunda yöneticilerin önceden yapmış oldukları kâr manipülasyonu olmasına karşın daha sonradan yapılacak yeni bir manipülasyona karşı zorlanacakları belirtmişlerdir. Bunun nedeninin ise gelir tablosu ve bilançosunun bütünüyle ilişki içinde olduğunun ve kârı arttıracak herhangi bir uygulamanın aktifin olduğundan yüksek gözükmesine yol açacağını ve net faaliyet varlıklarının satışlara oranının yüksek çıkmasına sebep olacağını ifade etmişlerdir (Barton ve Simko, 2002: 22).

2.1.3.1.8. Dechow ve Dichew Modeli

Dechow ve Dichew modeli (2002), kârın kalitesini belirlemekte ve gerçekleşen nakit akışları içerisinde çalışma sermayesi ile ilgili tahakkukların ne kadar iyi değerlendirildiğine dayanmaktadır. Model, “t” dönemindeki işletme sermayesini önceki, cari ve şimdiki dönem operasyonlardan sağlanan nakit akışları ile ilişkilendirerek beklenmedik değişimleri tahakkukların kalitesi ile açıklamaktadır.

$$\Delta WC_t = b_0 + b_1 * CFO_{t-1} + b_2 * CFO_t + b_3 * CFO_{t+1} + \varepsilon_t$$

ΔWC_t , t döneminde işletme sermayesindeki değişimi

CFO_{t-1} , t-1 döneminde faaliyetlerden sağlanan nakit akışını

CFO_t , t döneminde faaliyetlerden sağlanan nakit akışını

CFO_{t+1} , t+1 döneminde faaliyetlerden sağlanan nakit akışını ifade etmektedir

(Dechow ve Dichew, 2002:40).

2.1.3.1.9. Larcker-Richardson Modeli

Larcker-Richardson modeli (2004), Düzeltilmiş Jones Modelini temel alan ve tahakkukların satışlardaki büyüme ile sermaye yoğunluğunun bir fonksiyonu

olduğunu varsaymaktadır. Bu amaçla beklenen büyümeyi gösteren BM ve esas faaliyetlerden sağlanan nakit akışını temsil eden CFO eklenerek model oluşturulmuştur (Mert ve Baskan, 2020:24).

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \beta_0 + \beta_1 \left(\frac{\Delta REV - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{CFO_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_4 BM_{it} + \varepsilon_{it}$$

TA_{it} , t yılında i firmasının toplam tahakkuklarını

A_{it-1} , t-1 yılında i firmasının toplam varlıklarını

ΔREV_t , t yılında gelirlerde meydana gelen değişimi

ΔREC_t , t yılındaki alacaklardaki değişimi

PPE_t , t yılında brüt maddi duran varlıkları

CFO_{it} , t yılında i firmasının faaliyetlerden sağlanan nakdi

BM_{it} , t yılında i firmasının piyasa değeri/defter değerini ifade etmektedir.

2.1.3.1.10. Kothari Modeli

Kothari modeli (2005), Jones modeli ve Düzeltilmiş Jones modelindeki eksiklikleri ve bu modeller için aşırı performans gösteren örneklerle uygulandığında yanlış sonuçlara ulaşımı giderebilmek amacıyla Kothari, Leone ve Wasley tarafından geliştirilmiştir. Jones modeli ve Düzeltilmiş Jones modeline aktif karlılık oranı (ROA) ve sabit katsayının eklenmesiyle oluşan Kothari modeliyle tahakkuk ölçümünde daha güvenilir sonuçların elde edileceği belirtilmiştir (Kothari, Leone ve Wasley, 2005:174).

$$TA_{it} = \beta_0 + \beta_1 (1/ASSETS_{it-1}) + \beta_2 \Delta SALES_{it} + \beta_3 PPE_{it} + \beta_4 ROA_{it(or\ it-1)} + \varepsilon_{it}$$

TA_{it} , i firmasının t yılındaki toplam tahakkuklarını

$ASSETS_{it-1}$, i firmasının t-1 yılındaki varlıklarını,

$\Delta SALES_{it}$, i firmasının t yılındaki net satışlarındaki değişimini

PPE_{it} , i firmasının t yılındaki brüt maddi duran varlıklarını

$ROA_{it(or\ it-1)}$, i firmasının t yılında ya da t-1 yılındaki aktif kârlılık oranını ifade etmektedir.

2.1.3.2. Karma Modeller

Karma modeller, tahakkukların yanı sıra finansal tablolarındaki farklı değişkenleri de kullanmaktadır.

2.1.3.2.1. Beneish Modeli

Beneish modeli (1997), firmaların finansal bilgi manipülasyonu yapıp yapmadıkları tespit etmek için Messod D. Beneish tarafından geliştirilen modeldir (Beneish,1997:271).

Beneish, yöneticileri kâr yönetimine teşvik eden sermaye yapısı, geçmiş dönem piyasa performansı, sahiplik yapısı, belirli zaman aralığı (time listed), satış büyümesi, geçmiş dönem olumlu tahakkuk kararları ve bağımsız denetçilerden oluşan yedi potansiyel değişkeni göz önüne alarak modeli kurduğunu ifade etmektedir. Bu değişkenler modelde ticari alacak endeksi, brüt kâr marjı, varlık kalitesi endeksi, amortisman endeksi, SGA endeksi, toplam tahakkukların toplam varlıklara oranı, satışlardaki büyüme endeksi, borçlanma endeksi olarak açıklayıcı değişkenleri oluştururlar (Beneish, 1997:283).

$$M_i = \beta_i X_i + \varepsilon_i$$

M_i , kukla değişkeni

β_i , modelde her bir bağımsız değişken için bulunan katsayıyı

X_i , açıklayıcı değişkenlerin oluşturduğu matrisi

ε_i , hata terimini ifade etmektedir.

M_i , kukla değişken, kâr yönetimi yapan şirketler için 1 değerini, kâr yönetimi yapmayan şirketlerde ise 0 değerini almaktadır (Beneish, 1997:282).

Ayrıca Beneish modeli kâr yönetiminin tespiti haricinde finansal bilgi kullanıcıları için firmayı değişik açılardan görebilmelerine de imkân sağlamaktadır (Küçükkocaoğlu, Benli ve Sözen, 2007:5, Yalçın, 2019:582).

2.1.3.2.2. *Spathis Modeli*

Spathis modeli (2002), lojistik regresyon analizi kullanarak finansal oranlarla firmaların finansal bilgi manipölasyonu yapıp yapmadığını analiz etmektedir (Spathis, 2002:185). Buna göre oluşturulan denklem,

$$E(y) = \frac{\exp(b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n)}{1 + \exp(b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n)}$$

$E(y)$, bağımlı değişken için kâr yönetimi yapan şirketler için 1, kâr yönetimi yapmayan şirketler için 0 değerini almaktadır.

b_0 , kesişim değerini, b_1 , b_2 ve b_n bağımsız değişkenlerin katsayısını, x_1 , x_2 ve x_n ise bağımsız değişkenleri ifade etmektedir.

$$FFS = b_0 + b_1 \left(\frac{D}{E}\right) + b_2 \left(\frac{SALES}{TA}\right) + b_3 \left(\frac{NP}{SALES}\right) + b_4 \left(\frac{REC}{SALES}\right) + b_5 \left(\frac{NP}{TA}\right) + b_6 \left(\frac{WC}{TA}\right) + b_7 \left(\frac{GP}{TA}\right) + b_8 \left(\frac{INV}{SALES}\right) + b_9 \left(\frac{TD}{TA}\right) + b_{10} \left(\frac{FE}{GE}\right) + b_{11} \left(\frac{TAXES}{SALES}\right) + b_{12}(ALTMAN Z - SCORE)$$

D/E, borcun özsermayeye oranını

Sales/TA, Satışların toplam aktiflere oranını,

NP/Sales, net kârın satışlara oranını,

Rec/Sales, ticari alacakların satışlara oranını,

NP/TA, net kârın toplam aktiflere oranını,

WC/TA, çalışma sermayesinin toplam aktiflere oranını,

GP/TA, brüt kârın toplam aktife oranını,

Inv/Sales, stokların satışlara oranını,

TD/TA, toplam borçların toplam aktiflere oranını,

FE/GE, toplam finansman giderlerinin toplam faaliyet giderlerine oranı,

Taxes/Sales, ödenecek vergi ve diğer yasal yükümlülüklerin toplam satışlara oranını,

Altman Z-Score, finansal risk skorunu göstermektedir (Spathis,2002:186).

2.2. Firma Karakteristikleri

2.2.1. Kârlılık Oranı

Kâr, işletmenin varoluş nedeni olmakla birlikte işletme faaliyetlerinin ve politikalarının somut sonucudur. Elde edilen kârın yeterli ve tatmin edici olduğu değerlendirirken işletme sermayesinin alternatif yatırımlardan sağlayacağı gelirler, aynı sektördeki diğer firmaların kârlılık oranları, ekonomik koşullar, işletmenin kâr hedefi ve sermaye maliyetleri göz önünde bulundurulmalı (Aydın, Başar ve Coşkun, 2011:76) ve kârlılık oranlarının hesaplandığı mali analiz gerekmektedir (Özbek,2018:20).

Kârlılık oranları, likiditenin, varlıkların, borçların birlikte etkin bir şekilde yönetilip yönetilmediğini göstermektedir. Başka bir deyişle kârlılık oranları, firmanın faaliyet döneminde kâr sağlama açısından verimliliğini ve kâr sağlama gücünü ortaya koyan oranlardır (Okka, 2018:146). Literatürde yer alan başlıca kâr oranları şunlardır:

2.2.1.1. Net Kâr Marjı

Net kâr marjı oranı, bir birimlik satıştan ne oranda net kâr elde edileceğini göstermektedir. Formülde yer alan net kâr, faiz ve vergi öncesi kârdan faiz ve vergi tutarlarının çıkarılmasıyla elde edilmektedir.

$$\text{Net Kâr Marjı Oranı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Satışlar}}$$

Oranın yüksek olması istenilen bir durum olmakla birlikte ayrıca işletmenin yatırım, üretim, fiyatlama ve finansman politikalarının uygunluğunu göstermektedir (Aydın vd., 2011: 78).

2.2.1.2. Aktif Kârlılık Oranı (ROA)

Varlıkların kazanma gücü olarak da adlandırılan oran, bir dönem içerisinde aktiflere yapılan yatırımların ne oranda net kâr sağladığını ve işletmenin aktifleri etkin kullanma becerisini göstermektedir.

$$\text{Aktif Kârlılık Oranı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Toplam Aktif}}$$

2.2.1.3. *Öz Sermaye Kârlılık Oranı (ROE)*

Özellikle yatırımcılar açısından büyük öneme sahip olan ve temel amacının firma değerinin artırılması olan öz sermaye kârlılık oranı, şirket ortaklarının firmaya yaptıkları yatırımın etkin kullanıp kullanılmadığını göstermektedir. Öz sermayenin kazanma gücü olarak da bilinen oranın temel amacı hissedarlar açısından firmanın değerinin artırılmasıdır. Öz sermaye kârlılık oranının, varlıkların kazanma gücünden (aktif kârlılık oranı) farkı bu orana finansal kaldıraç etkisidir. Eğer finansal kaldıraç iyi kullanılmışsa, öz sermaye kârlılık oranı da yüksek olacaktır (Okka, 2018:147).

Öz sermaye kârlılık oranı, firmanın bir birimlik öz sermayesinin ilgili dönemde ne oranda getiri sağladığını ifade etmektedir.

$$\text{Özsermaye Kârlılık Oranı} = \frac{\text{Net Kâr}}{\text{Özsermaye}}$$

2.2.1.4. *Brüt Kâr Marjı Oranı*

İşletmenin satışlarındaki kârlılığı belirleyen brüt kâr marjı oranı, firmanın belirli bir dönemdeki brüt kâr marjının, ilgili dönemdeki net satışlarına bölünmesiyle elde edilmektedir.

İşletmenin etkin faaliyet gösterebilmesi amacıyla satılan malın maliyeti kapsamında yer alan hammadde, işçilik, genel üretim giderleri ve amortisman gibi giderlerinin diğer rakip işletmelerden daha düşük olması gerekmektedir. Böylece oranın her dönem artmasıyla firmanın toplam satışları içerisinde satılan malın maliyetinin düştüğü ifade edilebilir (Okka,2018:146).

$$\text{Brüt Kâr Mârjı Oranı} = \frac{\text{Net Satışlar} - \text{Satılan Malın Maliyeti}}{\text{Net Satışlar}}$$

2.2.1.5. *Faaliyet Kârı Oranı*

İşletmenin her bir birimlik net satışının ne oranda faaliyet kârından meydana geldiğini açıklayan faaliyet kârı oranı, brüt kârdan faaliyet giderlerinin çıkarılmasıyla bulunan tutarın net satışlara bölünmesiyle elde edilir.

$$\text{Faaliyet Kârı Oranı} = \frac{\text{Brüt Kâr} - \text{Faaliyet Giderleri}}{\text{Net Satışlar}}$$

Bu oran, işletmenin rakip firmalara karşı satış kârını ve satış etkinliğini göstermektedir (Özbek, 2018:22).

2.2.2. Finansal Yapı Oranları

Bir işletmenin finansal yapısı kısa vadeli yabancı kaynaklar, uzun vadeli yabancı kaynaklar ve öz kaynaklardan oluşmaktadır. Finansal yapı oranı ise finansmanda yabancı kaynaklarda ne ölçüde yararlanıldığını ortaya koyan oranlardır (Uluyol, Lebe ve Akbaş, 2014:71). İşletme varlıklarının bir bölümünü yabancı kaynaklarla finanse ettiği zaman karşımıza üç durum çıkmaktadır (Okka,2018:142):

1. Hissedarlar yatırımlarını arttırmadan işletmeyi kontrol etmeye ve yönetmeye devam ederler.
2. Kredi verenler için işletmedeki öz sermaye kendilerine güven sağlama aracı olduğundan bu payın büyüklüğüyle ilgilenirler.
3. İşletme borç sermaye kullandığında belirli oranda faiz yükümlülüğü oluşur ve bu faiz vergi matrahından düşürüldüğünden, işletmenin ağırlıklı ortalama sermaye maliyeti azalacağından öz sermaye getiri oranı yükselmektedir.

Finansal yapı oranları, borç oranı, kaldıraç derecesi, kısa vadeli borçların ağırlığı oranı ve öz sermaye çarpanı olmak üzere dörde ayrılmaktadır.

2.2.2.1. Borç Oranı

İşletme varlıklarının ne oranda borçlarla finanse edildiğini göstermektedir. Borçlar, kısa vadeli yabancı kaynaklar ve uzun vadeli yabancı kaynaklar toplamıdır.

$$Borç Oranı = \frac{Toplam\ Borçlar}{Toplam\ Varlıklar}$$

Kredi verenlerin kendilerini güvenceye almak istemesinden dolayı borç oranının düşük olması, yatırımcılar için ise oranın yüksekliği öz sermaye getiri oranını arttırdığından yüksek olması önemlidir. Ayrıca oranın artması işletmenin finansal riskinin arttığını göstermektedir (Özbek, 2018:24).

2.2.2.2. Finansal Kaldıraç Derecesi (Borçlar / Öz Sermaye Oranı)

İşletmeye kredi verenlerin, işletme ortaklarına göre ne oranda yatırım yaptığını göstermektedir. Başka bir deyişle ortaklar ve kreditorler tarafından finanse edilen tutarlar arasındaki ilişkiyi göstermektedir (Okka, 2018:142).

$$\text{Finansal Kaldıraç Derecesi} = \frac{\text{Toplam Borçlar}}{\text{Öz Sermaye}}$$

2.2.2.3. Kısa Vadeli Borçların Ağırlığı Oranı

İşletmenin kısa vadeli yabancı kaynaklarının toplam yabancı kaynakların ne kadarını oluşturduğunu göstermektedir.

$$\text{Kısa Vadeli Borçların Ağırlığı Oranı} = \frac{\text{Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar}}{\text{Toplam Yabancı Kaynaklar}}$$

Oranın yüksek olması, işletmenin borcunu ödeme tarihinin yakın olduğunu, ödeme riskinin arttığını ve gerekli fon ihtiyacını temin etmesi gerektiğini ifade etmektedir (Okka, 2018: 143).

2.2.2.4. Öz Sermaye Çarpanı Oranı

Öz sermaye çarpanı oranı, işletmenin toplam varlıklarının, öz sermayenin kaç katı olduğunu göstermektedir.

$$\text{Öz Sermaye Çarpanı Oranı} = \frac{\text{Toplam Varlıklar}}{\text{Öz Sermaye}}$$

Oranın yüksekliği, işletmenin daha az borç yükümlülüğü altında olduğunu gösterir ve işletme açısından avantajlı bir durum söz konusu olmaktadır.

2.2.3. Firma Büyüklüğü

Firma büyüklüğü, gerçekte belirlenmesi oldukça güç olmakla birlikte, muhasebe bilgilerinin kalitesini etkileyen (Arıcı ve Karğın, 2017: 227) ve firma performans ölçümünde belirleyici ve önemli olan faktörlerden biridir (Yerekapan ve Eskin, 2020:67).

Firma büyüklüğü, işletmenin iktisadi faaliyet hacmi ve kapasitesi olarak veya girişimci tarafından bir araya getirilen üretim araçlarının tümü olarak tanımlanmaktadır (Tek, 2012:6).

Literatürde herkesçe kabul gören bir firma büyüklük ölçüm yöntemi veya ölçütü olmadığından nitel ve nicel ölçütler ile firmaların büyük, orta ve küçük gibi sınıflandırması mümkündür (Uğurlu ve Demir,2016:106). Nicel ölçütler, öz sermaye tutarı, toplam satışları, varlıklara yatırılan miktar, faaliyet hacmi ve firmanın fiziki alan büyüklüğü sayılabilir. Nitel özellikler ise, işletmenin faaliyet gösterdiği sektördeki payı, iş bölümü ve uzmanlaşma derecesi, bağımsız yönetim gibi özelliklerdir (Karabıyık,2011:82). Firma değeri, firma büyüklüğünü belirlemede sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Uğurlu ve Demir,2016:106). Literatürde firma değerini, firmanın hisse senedi sayısı ve bir hissesinin piyasa değerinin çarpılması ile elde edebilirken, öz kaynak piyasa değeri, toplam varlıkların doğal logaritması, toplam satışlar ve çalışan sayısı ile elde eden çalışmalar bulunmaktadır (Arioğlu,2007:29; Yerekapan ve Eskin, 2020:66).

Ayrıca literatürde firma büyüklüğünün bilgi asimetrisini, çıkar çatışması düzeylerini ve kamuoyunu aydınlatmanın nispi fayda ve maliyetlerini belirlemesinden dolayı kamuoyunu aydınlatman düzeylerini ve şeffaflığını etkileyen önemli bir değişken olduğu ifade edilmektedir (Karabıyık, 2011:82).

2.2.4. Firma Yaşı

Firma yaşı, firmanın kurulduğu tarihten itibaren hayatta kalmayı başardığı süreyi göstermektedir (Baltacı,2020:11). Aynı zamanda kavram, işletmelerin faaliyetlerini yürüttükleri sektördeki tecrübe ve bilgi birikimi anlamına da gelmektedir (Yeşil ve Erşahan, 2011:322).

3. MALİYET YAPIŞKANLIĞI İLE KÂR YÖNETİMİ VE FİRMA KARAKTERİSTİKLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: BORSA İSTANBUL ÜZERİNE BİR İNCELEME

Çalışmanın bu bölümünde maliyet yapışkanlığı, kar yönetimi ve firma karakteristiği arasındaki ilişki ampirik olarak incelenmiştir. Bu bölümde öncelikle konuya ilişkin olarak yapılan literatür çalışmaları özetlenmiştir. Daha sonra Türkiye’de maliyet yapışkanlığının varlığı test edilmiş ve son aşamada ise kurulan modellere göre yapılan ampirik analiz ve sonuçları yer almaktadır.

3.1. Literatür Taraması

Son yıllarda maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi ve firma karakteristikleri arasındaki ilişkiyi araştıran farklı ülkelerde birçok çalışma yapıldığı görülmektedir. Aşağıda farklı ülkelerde yapılan çalışmalar özetlenmiştir.

Abu-Serdaneh (2014:113) tarafından yapılan Ürdün’de 2008-2012 yılları arasında imalat sektöründe faaliyet gösteren firmaların verilerini kullanarak maliyet davranışını incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda satılan malın maliyeti ve satış giderlerinde anti-yapışkan maliyet davranışı varken, satış ve genel yönetim giderleri ve yönetim giderlerinin simetrik davrandığı ifade edilmiştir. Ayrıca regresyon analizi sonuçlarına göre borçlanmanın satış ve genel yönetim giderleri ile satılan malın maliyeti arasındaki ilişkinin pozitif ancak istatistiksel olarak anlamsız olduğu belirtilmiştir.

Warganegara ve Tamara (2014:3542), tarafından yapılan çalışmada Endonezya Borsası’nda işlem gören firmalardaki kârlılığın maliyet yapışkanlığına etkisini incelemişlerdir. 165 firmanın 2007-2011 yılları arasındaki verilerini kullanarak yaptıkları analizde maliyet yapışkanlığının Endonezya Borsası’nda var olduğunu ve maliyet yapışkanlığının gelecekteki finansal performans üzerinde olumsuz etkisinin olduğundan ve kârlılığın yöneticilerin çevredeki değişikliklere uyum sağlama becerisine bağlı olduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, maliyet yapışkanlığının kârlılık ve büyüklük ile negatif ve anlamlı ilişkisinin olduğunu belirtmişlerdir.

Koo, Song ve Paik (2015: 40) çalışmalarında satış, genel ve yönetim giderlerinin yapışkanlığını kâr yönetimi göstergeleri üzerindeki etkisini

incelemişlerdir. 1997-2007 yılları arasındaki verilerinden yararlanılan 1200 firmanın analiz kapsamına alındığı çalışmada maliyet yapışkanlığı ve kâr yönetimi arasındaki pozitif ilişkinin bulunması ile yüksek isteğe bağlı tahakkuklarla kâr yönetimi şüphesi olan firmaların olmayan firmalara oranla maliyet yapışkanlığının daha az olduğunu şeklinde yorumlamışlardır. Bunun nedeninin ise satışlarda azalma meydana geldiğinde kazançları yönetebilmek için giderlerin kesilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Tuo (2015: 54) maliyet yapışkanlığı ve kâr yönetim tahminleri üzerine yapmış olduğu çalışmada firmanın maliyet yapışkanlığı stratejisinin firmanın isteğe bağlı açıklama stratejisiyle ilişkisini incelemiştir. 2005-2011 yılları verilerinden yararlanarak yapmış olduğu analizin sonuçları hem firma düzeyinde hem de sektör düzeyindeki maliyet yapışkanlığının firmanın kâr yönetim tahminleri ile pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca, firmanın maliyet yapışkanlık seviyesinin yöneticiler tarafından verilecek olumlu haberlerle ilişki olduğunu belirtmiştir.

Hashemi ve Nejati (2015: 93) maliyet yapışkanlığı üzerinde kâr yönetiminin etkisini inceledikleri çalışmalarında Tahran Borsası'na kayıtlı 115 firmanın 2007-2015 yılları arasındaki verilerinden yararlanmışlardır. Analiz sonucunda kâr yönetimi ile maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif olduğunu, kâr yönetimi uygulamalarının maliyet yapışkanlığını azalttığını tespit etmişlerdir.

Xue ve Hong (2016: 41) kâr yönetimi, kurumsal yönetim ve maliyet yapışkanlığı ilişkisini inceleyen çalışmalarında Çin'de finansal olmayan A hissesinde kayıtlı firmaların 2003-2010 yılları arasındaki verilerinden yararlanmışlardır. Yapılan analizde kâr yönetimi ile maliyet yapışkanlığı arasında pozitif ancak istatistiksel olarak anlamlı olmayan sonuç elde etmişlerdir. Ayrıca maliyet yapışkanlığı üzerinde kurumsal yönetiminin kâr yönetim uygulamalarından daha güçlü etkisinin olduğunu savunmuşlardır.

Cheung, Kim, Kim ve Huang (2016:1), asimetrik maliyet davranışının belirleyicileri araştırılırken genellikle iç faktörlere odaklanılmış olmasına bir eleştiri sunarak asimetrik maliyet davranışı ile dış rekabet faktörleri arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. 1990-2012 yılları arasındaki verilerden yararlanılarak yapılan

çalışmada satış ve genel yönetim giderlerinin farklı rekabet ortamındaki firmalar için daha yapışkan olduğunu belirtmişlerdir. Bunun nedeninin, firmaların rekabet ortamında daha yüksek ürün farklılaşması, daha yüksek giriş maliyetleri ve daha büyük pazar büyüklüğüyle temsil edilmeleri olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca maliyet yapışkanlığının firma büyüklüğü ile arasında negatif ve anlamlı ilişkisinin olduğunu tespit etmişlerdir.

Hemati ve Javid (2017: 1)'in maliyet yapışkanlığında kâr yönetimi ve kurumsal yönetimin etkisine bakılan çalışmalarında Tahran Borsası'na kayıtlı 112 firmanın 2010-2016 yılları arasındaki verilerinden yararlanılmış ve kurumsal yönetim bileşeni olarak sahiplik yoğunluğu ve kurumsal sahiplik kullanılmıştır. Maliyet yapışkanlığında ise satış, genel ve yönetim giderleri, reklam giderleri ve diğer genel giderler alınmıştır. Firma kârlılığı ve büyüklüğün kontrol değişkeni olarak alındığı çalışmada satış, genel ve yönetim giderlerindeki maliyet yapışkanlığı ile büyüklük arasında pozitif ve anlamlı, firma kârlılığı ile arasında negatif ve anlamlı bir ilişkinin olduğunu, gider yapışkanlığı ile kâr yönetimi arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını tespit etmişlerdir.

Jin (2017: 618) Çin'de listelenen firmaların 2011-2015 verilerinden yararlanarak yaptığı çalışmada kâr yönetiminin kurumsal maliyet yapışkanlığını etkileyip etkilemediğini incelemiştir. Elde edilen sonuca göre kâr yönetiminin Çin'de listelenen firmaların tüm maliyetlerinde var olan maliyet yapışkanlığı üzerinde pozitif ve anlamlı etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca kâr yönetimi yapma güdüsü borsada işlem gören firmalarda maliyet yapışkanlığını arttıracak, geri dönüşüm güdüsünün ise maliyet yapışkanlığını azaltacağını belirtmiştir.

Mo, Park ve Kim (2018: 1) CEO emekliliği ve satış, genel ve yönetim maliyet yapışkanlığını incelemişlerdir. İç borç, yöneticilerin riskten kaçınma eğilimini artıran borca dayalı tazminat olarak kabul edildiğinden CEO'nun emekliliğini iç borç olarak kullanarak bunun maliyet yapışkanlığına etkisini araştırmışlardır. Amerikan borsasına kayıtlı 2006-2015 yılları arasındaki 12,714 firma gözlem sayısının kullanıldığı analizde iç borcun maliyet yapışkanlığını azalttığını ileri sürmüşlerdir. Ayrıca maliyet yapışkanlığı ile firma büyüklüğü arasında pozitif ve anlamlı ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir.

Li (2018: 597) Çin'deki A hisselerinde listelenen şirketlerin 2007-2016 yılları arasındaki verileriyle yaptığı çalışmada kâr yönetimi uygulamasının maliyet yapışkanlığı üzerindeki etkisini incelemiştir. Sonuç olarak, girişim sermayesi uygulayan borsaya kayıtlı şirketlerin giderleri ile kâr yönetimi uygulaması arasında pozitif bir ilişki olduğundan maliyet yapışkanlığını azaltacağını ve bu azalan etkinin devlet kurumlarında daha belirgin olduğu ancak dört büyük denetim şirketi tarafından denetlenen firmalarda daha az belirgin olduğu ifade edilmiştir.

Kontesa ve Brahmana (2018: 1) tarafından 2010-2014 yılları arasında Malezya borsasında faaliyet gösteren 315 firmanın verilerinden yararlanarak yaptıkları çalışmalarında maliyet yapışkanlığının firma performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Firma performansı için piyasa temelli (Tobin's Q değeri) ve muhasebe temelli (ROA) ölçüt kullanılan çalışmada maliyet yapışkanlığı ile Tobin's Q ve ROA arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir.

Silva, Zonatto, Magro ve Klann (2019: 191) tarafından 160 Brezilya şirketinin 2008-2017 yılları arasındaki verilerinden yararlanılarak yapılan çalışmada yapışkan maliyet davranışı ve kâr yönetim uygulamaları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan analiz sonucunda maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi arasındaki ilişkinin pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğunu tespit etmişlerdir.

Dai, Huang ve Yan (2018: 40) maliyet yapışkanlığı ve yöneticilerin kâr tahminlerini yayınlaması üzerine yapmış oldukları çalışmalarında firmanın satış ve genel yönetim giderlerindeki asimetric davranışın yöneticilerin kâr tahminlerini nasıl etkilediğini incelemiştir. Analiz kapsamında 2001-2016 yılları arasında toplam 17.343 firma gözleminden yararlanılan çalışmada satış ve genel yönetim giderlerinin yapışkanlığı arttıkça yöneticilerin kâr tahminlerini yayınlamasının artacağını ve bu pozitif ilişkinin uzun dönemde daha da güçlü olacağını ifade etmişlerdir.

Sayrani, Yeganeh ve Zade (2018: 27) tarafından Tahran Borsası'na kayıtlı firmaların 2006-2015 yıllarına ait verilerinden yararlanılarak yapılan çalışmada kurumsal yönetim, kar yönetimi ve maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Kâr yönetimi ve maliyet yapışkanlığı ilişkisinde katsayının pozitif ancak istatistiksel açıdan anlamlılığın olmamasından dolayı kâr yönetiminin maliyet yapışkanlığı üzerinde etkisinin olmadığı sonucuna varmışlardır.

Yang (2019: 177) Avustralya Menkul Kıymetler Borsası'nda 1990-2016 yılları arasında işlem gören firma verilerinden yararlanarak kâr yönetimi ve entelektüel sermaye verimliliğinin asimetrik maliyet davranışı üzerine etkisini incelemiştir. Sonuç olarak, firmaların kâr yönetimi uygulamaları sınırlandırıldığında maliyetlerin anti-maliyet yapışkanlığı sergilediğini, entelektüel sermayede ise özellikle insan sermayesindeki verimlilik arttıkça maliyet yapışkanlığının derecesinin de arttığı tespit edilmiştir.

Boakye, Atiso ve Koranteng (2019: 65) tarafından yapılan gelişen bir ekonomide gerçek kâr yönetimi ve satış, genel ve yönetim giderlerindeki yapışkanlık arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmada Gana Borsası'nda listelenen 15 firmanın 2005-2014 yılları arasındaki verilerinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda firmaların satış, genel ve yönetim giderlerin yapışkan olduğu ayrıca bu yapışkan maliyetin kâr yönetimi ile arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ancak satış, genel ve yönetim giderlerindeki yapışkanlık ile firma kârlılığı ve büyüklük arasında istatistiksel olarak anlamlı sonuç elde edilememiştir.

He, Tian, Yang ve Zuo (2020: 989) yaptıkları çalışmada asimetrik maliyet davranışı ve temettü politikası arasındaki ilişkiyi incelemek için 1978-2016 yılları arasındaki Compustat veri tabanındaki firma verilerinden yararlanmışlardır. Analiz sonucunda asimetrik maliyet davranışının bir firmanın temettü politikasının önemli bir belirleyicisi olduğunu yani yüksek maliyet yapışkanlığına sahip firmaların düşük maliyet yapışkanlığına sahip firmalardan daha az temettü ödemesi yaptığı ortaya çıkmaktadır. Satış, genel ve yönetim giderlerindeki yapışkanlığın kontrol değişkeni olarak kullanılan firma büyüklüğü ile pozitif, kaldıraç ve firma kârlılığı ile negatif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkisinin olduğunu tespit etmişlerdir.

Flannery ve Mohs (2020 :1) tarafından yapılan yönetim kararları, işletme kârlılığı ve asimetrik maliyet davranışı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalarında asimetrik maliyet davranışının yönetim davranışlarının bir sonucu olduğunu ve yönetim tarafından alınan kararların, işletme kârlılığını etkileyen maliyet davranışları üzerinde bir etkisi olacağını belirtmişlerdir.

Daryaei, Fattahi, Sadeqi ve Hasani (2020: 1) çalışmalarında Tahran Borsası'na kayıtlı 165 firmanın 2009-2018 yılları arasındaki verileriyle yönetim özellikleri ve maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkiyi vekalet teorisine dayanarak incelemişlerdir. Üst düzey yöneticiler, yönetsel beceriler, aşırı güven ve kâr yönetimini kapsayan yönetim özellikleri ile maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkiyi analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda dört yönetsel özelliğin maliyet yapışkanlığı üzerindeki eşzamanlı etkisinin negatif ve anlamlı olduğunu tespit etmişlerdir.

Cano ve Nunez-Nickel (2020) tarafından yapılan çalışmada maliyet yapışkanlığının en sık kullanılan üç tahakkuk modeli olan Jones, Dechow ve Dichew ve McNichols modellerini nasıl etkilediğini analiz etmişlerdir. Amerikan firmalarının 1970-2013 yılları arasındaki verileriyle yapılan çalışmada satışlar azaldığı zaman Jones modelinin yanlış hesaplandığını, satışların arttığı ve azaldığı her iki durumda da Dechow ve Dichew modeli ve McNichols modelinin yanlış hesaplandığını tespit etmişlerdir.

Wei ve Li (2020) Çin'in Şangay ve Shenzhen borsalarında 2012-2018 yılları arasındaki A-hissesinde listelenen şirketleri kurumsal kâr yönetiminin maliyet yapışkanlığı üzerine etkisini analiz etmek için çalışma yapmışlardır. Yapılan çalışma sonucunda Çin borsasında faaliyet gösteren şirketlerin giderlerinde maliyet yapışkanlığının olduğunu ve kâr yönetimi katsayısının 0'dan yüksek bir değere sahip olmasıyla (0.174) kâr yönetiminin maliyet yapışkanlığını zayıflattığını maliyet düşüş hızını arttırdığı tespit etmişlerdir.

Ghazalat ve Abu-Serdaneh (2020: 2717) ihtiyatlılık, büyüme ve firma karakteristiklerinin maliyet yapışkanlığı üzerindeki etkisini Körfez Ülkeleri'ndeki 294 firmanın 2010-2019 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak analiz etmişlerdir. Sonuçlar, Körfez ülkelerinde maliyetlerin yapışkan olduğu ve maliyet yapışkanlığı ile ihtiyatlılık arasındaki ilişkinin pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı ilişkisi, maliyetleri yapışkan olan firmaların yüksek ihtiyatlılık gösterdiğini belirtmişlerdir. Ayrıca maliyet yapışkanlığı ile firma kaldıraç oranı arasındaki ilişkinin pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olması, yüksek borç seviyelerine sahip firmaların maliyet yapışkanlığı göstermediğini ifade etmektedir.

Zulfiati vd. (2020: 143) Endonezya Menkul Kıymetler Borsası'na kayıtlı 97 firmanın 2014-2018 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak maliyet yapışkanlığı davranışını ve etkileyen faktörleri analiz etmişlerdir. Maliyet yapışkanlığı davranışının nedenlerinin, sermaye yoğunluk oranı, çalışan yoğunluk oranı, teşvik yönetimi ve firma büyüklüğü olduğunu ileri sürerek yaptıkları analiz sonucunda sermaye yoğunluk oranı ve serbest nakit akışı ile maliyet yapışkanlığı arasında anlamlı bir ilişki olmazken, çalışan yoğunluk oranı ve firma büyüklüğü ile maliyet yapışkanlığı arasında negatif ve anlamlı ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Zhao (2020) Compustat veri tabanından 1977-2017 yılları arasındaki 253,019 firma-gözlem verileriyle yapmış olduğu çalışmada tedarik zinciri ilişkilerinin firmaların maliyet yapışkanlığını etkileyip etkilemediğini incelemiştir. Firmaların yüksek ayarlama maliyetlerini ticaret ortaklarına kaydırarak maliyet yapışkanlığından kaçınmak için tedarik zinciri pazarlık gücünü kullandıklarını ve özellikle satış ve genel yönetim giderleri ile satılan malın maliyetindeki yapışkanlık seviyesinin, firmaların tedarikçileri ve müşterileri üzerindeki pazarlık gücü ile arasındaki ilişkinin negatif olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Zhao, kontrol değişkeni olarak kullandığı firma büyüklüğü ve borçlanma ile maliyet yapışkanlığı arasında da negatif ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Balios, Eriotis, Naoum ve Vasiliou (2020: 242) tarafından yapılan çalışmada, Dünya'nın en sanayileşmiş ekonomileri olan G7 ülkeleri olan Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, Kanada, İngiltere ve Amerika'nın 1995-2015 yıllarını kapsayan 21 yıllık verilerini kullanarak satış, genel ve yönetim giderlerinin yapışkanlığı ve kâr yönetimi uygulamalarını analiz etmişlerdir. Sonuç olarak, maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi arasında negatif ilişkinin olduğu tespit etmişlerdir.

Sobhy ve Samy (2021:1) Mısır'da bulunan sanayi şirketlerindeki maliyet yapışkanlığına yönetim kurulu özelliklerinin etkisini araştırmışlardır. Kurumsal yönetimin yönetim kurulu üzerinde kontrole sahip olduğunu bununla birlikte yönetimin gelecekteki firma performansı için tahmini kazanç tahmini açıklamaya istekli olması durumunda artmaya eğilimli maliyet yapışkanlığını azaltacağını belirtmişlerdir. Ayrıca yönetim kurulunun bağımsızlığı, büyüklüğü ve CEO ikililiğinin olmaması kâr yönetiminin verimli bir şekilde izlenmesi ve azalması yönünde pozitif

etkiye sahiptir. İstatistiksel olarak etkili kurumsal yönetimin maliyet yapışkanlığını ve kâr yönetiminin daha az uygulanmasındaki etkiyi azaltabileceğini belirtmişlerdir.

Septiansyah ve Asmara (2021:183) çalışmalarında Endonezya Borsası'nda işlem gören ve 2016-2019 arasındaki yılları kapsayan verilerden yararlanarak kâr yönetimi, entelektüel sermaye ve sermaye yoğunluk oranının maliyet yapışkanlığı üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Buna ek olarak yapışkanlığın muhasebe ihtiyatlılığına olan etkisini de araştırmışlardır. Sonuç olarak kâr yönetimi ve entelektüel sermayenin maliyet yapışkanlığına etkisi yokken, sermaye yoğunluk oranının maliyet yapışkanlığı üzerinde negatif ve istatistiksel olarak etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca maliyet yapışkanlığının muhasebe ihtiyatlılığına etkisinin ise negatif ve anlamlı olduğu ifade edilmiştir.

Atasel, Şeker ve Yıldırım (2021:125) tarafından yapılan çalışmada gelişmekte olan ekonomiler olarak sınıflandırılan Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika ve Türkiye'deki halka açık şirketlerin 2010-2019 yılları arasındaki verilerinden yararlanarak maliyetlerinin yapışkan olup olmadıklarını analiz etmişlerdir. Ayrıca firmanın yapışkan maliyet davranışında etkisi olan firma karakteristiklerini ve gayrisafi yurtiçi hasılayı da bağımsız değişken olarak incelemişlerdir. Analiz sonucunda satış, genel ve yönetim maliyetlerinde yapışkanlık olduğunda mülk yoğunluğunun yapışkanlığı arttırdığını, varlık yoğunluğu, çalışan yoğunluğu, stok yoğunluğu ve borç yoğunluğunun yapışkanlığı azalttığını tespit etmişlerdir. Ancak satılan malların maliyetindeki yapışkanlık olduğunda çalışan yoğunluğu ve stok yoğunluğunun maliyet yapışkanlığının arttırırken diğer değişkenlerle anlamlı bir ilişkisinin olmadığını belirtmişlerdir.

Megeid ve El-Deeb (2021:2) Mısır'da 2015-2019 yılları arasında borsaya kayıtlı firmalar ile ilgili kâr yönetimini aracı değişken olarak kullandıkları çalışmalarında yönetim kurulu özelliklerinin maliyet yapışkanlığına etkisini incelemişlerdir. Çalışmada Mısır borsasına kayıtlı firmaların satış, genel ve yönetim giderlerinde maliyet yapışkanlığının olduğunu, ayrıca maliyet yapışkanlığı ve kâr yönetimi arasında pozitif ancak istatistiksel olarak anlamsız bir ilişkinin olduğunu ifade etmişlerdir. Çalışmada kontrol değişkenden firma büyüklüğü ile maliyet

yapışkanlığı arasındaki ilişkinin negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğunu tespit etmişlerdir.

Abdullah (2021: 327) tarafından 2009-2018 yılları arasında Suudi Arabistan Borsası'na kayıtlı firmaların örnekleme dahil edildiği araştırmada maliyet yapışkanlığı ve firma kârlılığı arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Çalışma sonucunda firma kârlılığı ile maliyet yapışkanlığı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki elde edilmiştir. Ayrıca firma kârlılığı ile firma büyüklüğü arasında pozitif, kaldıraç ile negatif ilişki tespit edilmiştir.

Wijayanti, Nelwan ve Mawardi (2022:127) Endonezya Borsası'na kayıtlı tarım sektöründeki firmalar üzerine yapmış oldukları çalışmalarında SG&A maliyetlerindeki yapışkanlığı incelemişlerdir. Ayrıca 2015 ve 2019 yıllarını kapsayan panel veri analizinde yapışkanlığın cari oran, kârlılık, borçlanma, varlık yoğunluğu, çalışan yoğunluğu ve vergi üzerindeki etkisini de incelemişlerdir. Sonuç olarak yapışkanlığın borçlanma, kârlılık ve cari oran üzerinde pozitif ve anlamlı etkisinin olduğunu ancak varlık yoğunluğu, vergi ve çalışan yoğunluğu ile anlamlı ilişkisi olmadığını tespit etmişlerdir.

3.2. Maliyet Yapışkanlığının Varlığının Test Edilmesi

Maliyet yapışkanlığını test edebilmek amacıyla literatürde sıklıkla kullanılan Anderson, Banker ve Janakirama (2003) tarafından geliştirilmiş olan ABJ modelinden yararlanılmıştır. Bu yöntemle göre, maliyetler geleneksel maliyet davranışı gösteriyorlarsa, β_1 katsayısının 1, β_2 katsayısının ise 0 olması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle, bu durum satışların %1 artmasıyla maliyetlerin %1 artması, satışların %1 azalması durumunda ise maliyetlerin %1 azaldığını açıklamaktadır. Ancak maliyet yapışkanlığından bahsedebilmek için β_1 katsayısının pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı, β_2 katsayısının ise negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Böylece β_1 katsayısı satışlardaki %1'lik artışın maliyetlerde meydana getireceği %'lik artış değerini ifade etmektedir. Satışlardaki %1'lik azalış durumunda ise maliyetlerde ortaya çıkacak azalış $\beta_1 + \beta_2$ katsayısının değeri kadar olacaktır. Ayrıca β_1 ve β_2 'nin pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu durumlarda ise maliyetlerin yapışkan olmadıklarını ancak anti-maliyet yapışkan olduklarından

bahsedilebilmektedir. Bu durum maliyetlerdeki azalışın, artıştan daha fazla olduğu zamanlar da ortaya çıkmaktadır.

Maliyet yapışkanlığının varlığının test edilmesi amacıyla analiz kapsamında incelenen ve Borsa İstanbul’da faaliyet gösteren firmaların verilerinden yararlanılan çalışmada üç farklı model kurulmuştur.

Model I, firmanın pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinde maliyet yapışkanlığını;

$$\log\left(\frac{PSDG_{i,t}}{PSDG_{i,t-1}}\right) = \beta_0 + \beta_1 \cdot \log\left(\frac{SATIŞ_{i,t}}{SATIŞ_{i,t-1}}\right) + \beta_2 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SATIŞ_{i,t}}{SATIŞ_{i,t-1}}\right) + \varepsilon_{i,t}.$$

Model II, firmanın genel yönetim giderlerinde maliyet yapışkanlığını;

$$\log\left(\frac{GYG_{i,t}}{GYG_{i,t-1}}\right) = \beta_0 + \beta_1 \cdot \log\left(\frac{SATIŞ_{i,t}}{SATIŞ_{i,t-1}}\right) + \beta_2 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SATIŞ_{i,t}}{SATIŞ_{i,t-1}}\right) + \varepsilon_{i,t}.$$

Model III ise firmanın satılan malın maliyetinde maliyet yapışkanlığı olup olmadığını analiz etmek için kurulmuştur.

$$\log\left(\frac{STMM_{i,t}}{STMM_{i,t-1}}\right) = \beta_0 + \beta_1 \cdot \log\left(\frac{SATIŞ_{i,t}}{SATIŞ_{i,t-1}}\right) + \beta_2 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SATIŞ_{i,t}}{SATIŞ_{i,t-1}}\right) + \varepsilon_{i,t}.$$

Tablo 2: Değişkenlere İlişkin Açıklamalar

Değişkenler	Tanımı
$PSDG_{i,t}$	i firmasının t yılındaki pazarlama giderlerini
$PSDG_{i,t-1}$	i firmasının t-1 yılındaki pazarlama giderlerini
$GYG_{i,t}$	i firmasının t yılındaki genel yönetim giderlerini
$GYG_{i,t-1}$	i firmasının t-1 yılındaki genel yönetim giderlerini
$STMM_{i,t}$	i firmasının t yılındaki satılan malın maliyetini
$STMM_{i,t-1}$	i firmasının t-1 yılındaki satılan malın maliyeti
$SATIŞ_{i,t}$	i firmasının t yılındaki satışlarını

$SATIŞ_{i,t-1}$	i firmasının t-1 yılındaki satışlarını
$AZKUK$	Kukla değişkendir. Satışlarda önceki döneme göre azalış varsa 1 değerini, satışlar önceki dönem ile aynı ya da artmışsa 0 değerini alır.

Çalışmada 2012-2020 yılları arasında Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren 196 firmaya ait 1764 firma-yılı gözlem verisinden yararlanılmıştır. Örneklem seçilirken varlık yapılarının farklı olmasından dolayı mali sektördeki firmalar ve baz alınan yıllar içerisinde herhangi bir yıla ait verisi eksik olan firmalar kapsam dışı tutulmuştur.

Tablo 3: Pazarlama, Satış ve Dağıtım Giderlerinde Maliyet Yapışkanlığının Test Edilmesi

$$\text{Model I: } \log(\text{PSDG}_{t/t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log(\text{Satış}_{t/t-1}) + \beta_2 \text{AZKUK} * \log(\text{Satış}_{t/t-1})$$

Değişkenler	Katsayılar	Standart Sapma	t	P
SABİT	0,0197	0,0048	4,08	0,000
SATIŞ – β_1	0,5485	0,0405	13,53	0,000
AZKUK*SATIŞ – β_2	0,0108	0,0779	0,14	0,889
$R^2 = 0,1663$				
Gözlem Sayısı = 1764				

Tablo 3 örneklem dahilinde alınan firmaların pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinde maliyetlerin yapışkan olup olmadığını test edebilmek amacıyla kurulan modelin analiz sonucunu göstermektedir. Pazarlama, satış ve dağıtım giderlerindeki yıllık değişimin bağımlı değişken olduğu modelde satışlardaki değişim ve satışların artış veya azalışına bağlı olan kukla değişken ise bağımsız değişken olarak yer almaktadır. Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren firmalarının pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinde maliyet yapışkanlığının varlığını analiz etmek için oluşturulan modelin panel veri analizi yer almaktadır. Örneklem sayısının 1764 olduğu analizde bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama gücünü gösteren R^2 değeri 0.1663'dür. Örneklem dahil edilen firmaların pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinde maliyet yapışkanlığından söz edebilmek için β_1 katsayısının pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olması ve β_2 katsayılarının negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Ancak analiz sonuçlarına bakıldığında, β_1 katsayısının (0.5485***) pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olması ancak β_2 katsayılarının (0.0108) negatif

ve istatistiksel olarak anlamlı olmaması BIST firmalarının pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinde maliyetlerin yapışkan olmadıklarını başka bir deyişle maliyetlerin simetrik olduklarını göstermektedir.

Tablo 4: Genel Yönetim Giderlerinde Maliyet Yapışkanlığının Test Edilmesi

$$\text{Model II: } \log(\text{GYG}_{t/t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log(\text{Satış}_{t/t-1}) + \beta_2 \text{AZKUK} * \log(\text{Satış}_{t/t-1})$$

Değişkenler	Katsayılar	Standart Sapma	t	P>t
SABİT	0,0313	0,0034	9,01	0,000
SATIŞ – β_1	0,3104	0,0292	10,63	0,000
AZKUK *SATIŞ – β_2	-0,1077	0,0561	-1,92	0,055
$\beta_1 + \beta_2$	0.2027			
$R^2 = 0,0869$				
Gözlem Sayısı = 1764				

Tablo 4’da Borsa İstanbul’a kayıtlı örnekleme dahil edilen firmalardan elde edilen veriler ile genel yönetim giderlerinde maliyet yapışkanlığı olup olmadığının test edilmesi amacıyla model II’ ye ait panel veri analiz sonuçları yer almaktadır. Bu firmaların genel yönetim giderlerinde maliyetlerinin yapışkan olduğunu söyleyebilmek için β_1 katsayısının pozitif ve istatistiksel anlamlı, β_2 katsayısının negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Analiz sonuçları incelendiğinde β_1 katsayısının 0,3104 ve β_2 katsayısının -0,1077 olması ve her iki katsayının da sırasıyla %1 ve %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olması BIST firmaların genel yönetim giderlerinde maliyetlerin yapışkan olduklarını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, satışların %1 artmasıyla genel yönetim giderleri %31 artmakta, satışlar %1 azaldığında ise genel yönetim giderleri %20 azalacağı şeklinde açıklanabilir.

Tablo 5: Satılan Ticari Mal Maliyetinde Maliyet Yapışkanlığının Test Edilmesi

$$\text{Model III: } \log(\text{STMM}_{t/t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \log(\text{Satış}_{t/t-1}) + \beta_2 \text{AZKUK} * \log(\text{Satış}_{t/t-1})$$

Değişkenler	Katsayılar	Standart Sapma	t	P>t
SABİT	0,0044	0,0016	2,63	0,009
Log (Satış $t/t-1$) – β_1	0,8985	0,0141	63,69	0,000

AZKUK*log (Satış _{t/t-1}) – β_2	0,0281	0,0271	1,04	0,299
R ² = 0,8168				
Gözlem Sayısı = 1764				

Tablo 7’de verilerinden yararlanılan BIST’ de işlem gören firmaların satılan ticari mal maliyetinde yapışkanlığın söz konusu olup olmadığını gösteren analiz yer almaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde β_1 katsayısının 0.8985 ve istatistiksel olarak anlamlı (0.000) olması, β_2 katsayılarının pozitif (0.0281) ve istatistiksel açıdan anlamlı olmaması (0.299) örneklem dahilindeki firmaların satılan ticari mal maliyetinde maliyetlerin yapışkan olmadıklarını göstermektedir. Dolayısıyla firmaların satılan ticari mal maliyetlerinin geleneksel maliyet davranışı sergilediği ifade edilebilir.

3.3. Ampirik Analiz

3.3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, maliyet yapışkanlığı, kar yönetimi ve firma karakteristiği arasındaki ilişkiyi Borsa İstanbul özelinde incelemektir.

3.3.2. Örneklem ve Veri Seti

Çalışma Borsa İstanbul’a kayıtlı farklı sektörlerdeki firmalar üzerine yapılmıştır. Çalışmada varlık yapılarındaki farklılıklardan dolayı bankacılık, sigortacılık ve finans sektörlerindeki firmalar kapsam dışında tutulmuştur. 2012-2020 yıllarını kapsayan çalışmada toplam 196 firmaya ait 1764 gözlemden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan tüm değişkenlere ilişkin veriler Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) ve Finnet Mali Analiz veri tabanından sağlanmıştır.

3.3.3. Araştırmada Kullanılan Analiz Yöntemi

Çalışmada maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi ve firma karakteristikleri arasındaki ilişki Borsa İstanbul’da işlem gören 196 firmanın 2012-2020 dönemi verileri dikkate alınarak panel veri analizi yardımıyla incelenmiştir. Bu kapsamda yapılan ampirik analizlerde Stata 15 paket programından yararlanılmıştır.

3.3.3.1. Panel Veri Analizi

Ekonometrik analizlerde çalışmanın en önemli kısmı kullanılan değişkenlere ait verilerin toplanma sürecinde ortaya çıkmaktadır. Analizlerde kullanılan ekonometrik analiz türleri zaman serisi, yatay kesit ve panel verilerdir. Panel veriler, yatay kesit birimi olan ülke, şirket, kişi ve hane halkı gibi verilerin belirli bir zaman aralığı içerisindeki gözlem faaliyetlerinden oluşmaktadır. N sayıda birim ve her birime karşılık gelen T sayıda gözlemden oluşan panel veri analizi 1950’li yıllarda zaman serisi ve yatay kesit verilerinin yetersiz olmasından dolayı ortaya çıkmıştır. Bu yetersizlik panel verilerin daha fazla örneklem çeşitliliği ve serbestlik derecesi içermesinden kaynaklanmakta ve parametre tahminlerinin daha sağlam ve güvenilir olmasına yol açmaktadır (Oğuz ve Dinçer, 2021:53).

Panel veriler, veri yapısına göre mikro panel veri ve makro panel veri olmak üzere ikiye ayrılır. Mikro panel verinin zaman birimi (T) minimum 2 yıldan maksimum 10-20 yıl arasındadır ve çok sayıda birimden (N) oluşmaktadır. Makro panel verileri ise 20-60 yıl arasında gözlemlenen 100-200 arasındaki büyük birimlerden oluşur. Bu birimler gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler, OECD ülkeleri olabilir. Ayrıca mikro ve makro panel veri yapılarında bilinmesi gereken birtakım durumlar söz konusudur. Örneğin, uzun bir zaman serisine sahip makro panel verilerde, birim kök, eş bütünleşme, yatay kesit bağımlılığı ve durağanlık gibi hususlar göz önüne alınması gerekirken, mikro panel veri yapısında zaman ve birim boyutu kısa olduğu için durağanlığın varlığı gibi sorunlarla ilgilenilmez (Aydoğan, 2022:12).

Ayrıca panel veri analizinde yer alan değişkenlere ait gözlemler panel veriyi dengeli ve dengesiz olarak ikiye ayırmaktadır. Dengeli panel veri, yatay kesitte yer alan gözlemlerin tüm zaman serilerinde bulunmasını ifade ederken, dengesiz panel veri ise gözlemlerin panelde bulunan birimlere göre değişmesi durumudur (Gujarati, 2004:640).

3.3.3.2. Panel Veri Analizinin Avantajları

Baltagi (2005), ekonometrik analizlerde kullanılan panel verilerin zaman serisi ve yatay kesite göre daha avantajlı oldukları ifade etmiştir. Bu avantajları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- a) Birim heterojenliğin kontrol edilmesi: Panel veriler, birimlerin, firmaların ve ülkelerin heterojen olduğunu göstermektedir. Heterojenlik zaman serileri ve yatay kesit analizlerinde kontrol edilemediğinden taraflı sonuçların çıkma olasılığı yüksektir. Ancak panel veri analizinde heterojenlik kontrol edilebildiğinden tarafsız sonuçlar elde edilebilir.
- b) Panel veri analizinde, yatay kesit ve zaman serileri analizlerinde ortaya konulamayan etkilerde elde edilebilmekte ve inceleyebilmektedir.
- c) Gözlem sayısının artmasına bağlı olarak panel veride serbestlik derecesi de artmaktadır. Ayrıca artan gözlem sayısı değişkenler arasında daha az doğrusal bağlantı olmasını ve analizlerin daha etkin ve güvenilir olmasını sağlar.
- d) Panel veri modelleriyle daha karmaşık davranışsal modeller oluşturularak test edilebilir ve tahminlerde meydana gelen sapmalar azaltılabilir (Tatoğlu, 2018:12).

3.3.3.3. Panel Veri Regresyon Modelleri

Ekonometrik çalışmaların geneline bakıldığında yatay kesit ve zaman serisi verilerinin kullanıldığı sıklıkla görülmektedir. Yatay kesit ile ilgili çalışmalar kesit boyutunu dikkate alırken zaman serileri ile ilgili olanlar ise zaman boyutu üzerinde durmaktadır. Ancak panel veri çalışması hem zaman hem de kesit boyutunu birlikte dikkate alarak analiz gerçekleştirmektedir (Aslan, 2021:92).

Model tahminlerinde zaman serisi veya yatay kesit verisi kullanılıyorsa birimlerin heterojenliği modele dahil edilmemektedir. Dolayısıyla bu tür farklılıklar modele dahil edilmediğinden analiz sonuçlarının yanlı olma riski yüksektir. Panel veri kullanılarak tahmin edilen modellerde ise birim ve zamana bağlı heterojenlikte model ile birlikte analize dahil edilmektedir. Böylelikle yapılan tahminler daha güvenilir sonuç vermektedir (Tüzüntürk, 2007:2)

Panel veri analizinde doğrusal regresyon,

$$y_{it} = \alpha_i + \beta x_{it} + \varepsilon_{it}$$

$i, 1, \dots, N; t, 1, \dots, T$ şeklinde gösterilmektedir.

Denklemden yer alan β eğim katsayısını, α ise sabit terimi ifade etmektedir. i , firma, hane, ülke veya bireyden oluşan kesit birimlerken, t ise panelde zaman serisini göstermektedir. Formülde, x_{it} , bağımsız değişken, y_{it} bağımlı değişken, ε_{it} ise hata terimini ifade etmektedir.

Bu çalışmada, Borsa İstanbul'da faaliyet gösteren işletmelerde maliyet yapışkanlığının var olup olmadığını ve tespit edilen maliyet yapışkanlığının kâr yönetimi ve firma karakteristikleri üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla panel veri analizi kullanılmıştır. Öncelikle çalışma verileri için Klasik Model, Sabit Etkiler Modeli ve Tesadüfi (Rassal) Etkiler Modeli ile analiz edilerek üç yöntemden hangisinin daha uygun olduğuna karar verilmiştir.

3.3.3.3.1. *Klasik Model*

Klasik modelde hem eğim parametreleri hem de modelin sabiti tüm birim ve zamanlara göre sabittir, başka bir ifadeyle, gözlemlerin homojen olduğu varsayılan modeldir. Bu modele göre formül aşağıdaki gibidir (Tatoğlu, 2020:40):

$$Y_{it} = \beta_0 + \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kit} + u_{it}$$

Modelde i alt indisi firma, ülke, birey gibi birimleri, t alt indisi ise gün, hafta, yıl vs. gibi zaman boyutunu ifade etmektedir. β_k , eğim parametrelerini ve β_0 sabit parametreyi, u ise hata terimini göstermektedir. Y_{it} , t zamanında i birim için bağımlı değişken değerini ifade etmektedir. Panel veri modellerinde parametrelerin birim ve/veya zamana göre değer almasına bağlı olarak aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir:

-Hem sabit hem de eğim parametrelerinin birim ve zamana göre sabit olduğu modelleri gösteren Klasik Model;

$$Y_{it} = \beta_0 + \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kit} + u_{it}$$

-Eğim parametresinin sabit ancak sabit parametrenin birimlere göre değiştiği Birim Etkiler Modeli;

$$Y_{it} = \beta_{0i} + \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kit} + u_{it}, i=1, 2, \dots, N; t=1, 2, \dots, T.$$

-Eğim parametresinin sabit ancak sabit parametrenin hem zaman hem de birimlere göre değiştiği başka bir ifadeyle hem birim hem de zaman etkisini içermesinden dolayı Birim ve Zaman Etkileri Modeli;

$$Y_{it} = \beta_{0it} + \sum_{k=1}^K \beta_k X_{kit} + u_{it}, i=1, 2, \dots, N; t=1, 2, \dots, T.$$

-Tüm parametrelerin birimlere göre değiştiği, zamana göre sabit olduğu modeller;

$$Y_{it} = \beta_{0it} + \sum_{k=1}^K \beta_{ki} X_{kit} + u_{it}, i=1, 2, \dots, N; t=1, 2, \dots, T.$$

-Tüm parametrelerin hem zaman hem de birimlere göre değişken olduğu modeller;

$$Y_{it} = \beta_{0it} + \sum_{k=1}^K \beta_{kit} X_{kit} + u_{it}, i=1, 2, \dots, N; t=1, 2, \dots, T.$$

3.3.3.3.2. Sabit Etkiler Modeli

Sabit etkiler modelinde eğim parametresini ifade eden β_i 'nin $\beta_i = \beta$ olduğu, başka bir deyişle, bütün yatay kesit birimlerinde aynı olduğu, ancak sabit parametrenin ise birim etki içerdiğinden dolayı birimlere göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Buna göre model,

$$Y_{it} = \beta_0 + X_{it}'\beta + \mu_i + u_{it}$$

şeklinde. Sabit etkiler yöntemine göre açıklayıcı değişken olan X_{it} 'lerin hata terimi u_{it} 'ler ile korelasyonsuz oldukları varsayılırken, açıklayıcı değişken X_{it} ile birim etkiyi gösteren μ_i 'lerin korelasyonlu olmalarına izin verilmektedir.

Panel veri analizlerinde kesitler arasında fark meydana gelmişse ve bu farklılık zamana bağlı durumdan kaynaklanmıyorsa, bu regresyon modeli tek yönlü sabit etkiler modeli olarak tanımlanmaktadır. Ancak meydana gelen fark zamana bağlı ise, bu regresyon modeli tek yönlü zamana bağlı sabit etkiler modelidir. Panel veri analizlerinde hem zaman hem kesite göre farklılaşma meydana gelmişse, bu modeller çift yönlü sabit etkiler modeli olarak ifade edilmektedir (Özer ve Çiftçi, 2009:42).

3.3.3.3.3. Tesadüfi (Rassal) Etkiler Modeli

Tesadüfi etkiler modelinde, veri setindeki birimlerin tesadüfi olarak seçildikleri ve birimler arası farkların tesadüfi olarak oluştuğu durum varsa kullanılmaktadır. Tesadüfi etkiler modelinde panel veri denklemi aşağıdaki gibidir:

$$Y_{it} = \alpha_0 + \beta_{1it}X_{1it} + \dots + \beta_{kit}X_{kit} + \vartheta_{it}$$

Sabit etkiler modelinde birimler arasında meydana gelen farklılık sabit birimlerdeki farklılıklarla açıklanırken, tesadüfi etkiler modelinde bu farklılık hata terimlerindeki farklılıklar ile açıklanmaktadır. Başka bir ifadeyle, tesadüfi etkiler modelinde birim etki, sabit parametrelerde değil, tesadüfi olduğundan hata terimi içerisinde bulunmaktadır. Hata terimi aşağıdaki gibi ifade edilir:

$$\vartheta_{it} = \mu_{it} + u_{it}$$

ϑ_{it} , iki veya daha fazla hata terimi içerdiğinden bu modele hata terimleri modeli de denilmektedir. μ_{it} , birim farklılıklar ve zamana göre oluşan birimler arası değişmeyi gösteren birim hata iken, u_{it} ise artık hataları ifade etmektedir (Tatoğlu,2020:104).

3.3.3.4. Çoklu Doğrusal Bağlantı

Regresyon modellerinde tahmin yapılırken bağımsız değişkenler arasında doğrusal ilişkilerin olmaması sapmasız tahminler yapılabilmesi açısından önemlidir. Çoklu doğrusal bağlantı, bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin saptanması açısından önemli olduğundan modelin tahmininden önce yapılması gerekmektedir. Böylece bağımsız değişkenler arasında varsa çoklu doğrusal bağlantı problemine sebep olan değişken modelin tahmininden önce belirlenmiş olacaktır. Bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı probleminin varlığını belirlemede birçok kriter ve test kullanılabilir ancak literatürde en yaygın olarak kullanılan varyans büyütme faktörü (VİF) kriteridir.

Varyans büyütme faktörü (VİF) kriteri, $VIF_i = \frac{1}{1-R_i^2}$ şeklinde hesaplanmaktadır. İ değeri i=1,2,... gibi bağımsız değişken sayısına eşit olacak şekilde yardımcı regresyonları ifade etmektedir. R_i^2 ve VIF_i ise sırasıyla yardımcı regresyonda hesaplanan R^2 ve VİF değerlerini göstermektedir. Yapılan analize göre,

-VİF değeri 5' den küçükse çoklu doğrusal bağlantı yoktur.

-5 ile 10 arasında ise orta şiddette çoklu doğrusal bağlantı vardır.

-10'dan büyükse şiddetli orta doğrusal bağlantı vardır.

Analiz sonucunda model çoklu doğrusal bağlantıya sahipse, bu varsayımdan sapmayı düzeltebilmek adına örnek sayısı artırılabilir, probleme sebep olan değişken

ya da değişkenler modelden çıkartılabilir. Ayrıca çoklu doğrusal bağlantı problemini düzeltebilmek amacıyla çeşitli istatistiki ve ekonometrik yöntemlerde kullanılabilir (Tatoğlu, 2020:259).

3.3.3.5. Panel Veride Tahmin Modelinin Seçilmesi

Çalışmanın bu bölümünde analizlerde kullanılacak olan modellerin klasik model mi, sabit etkiler modeli mi yoksa tesadüfi etkiler modeli mi olduğunu belirlemekte kullanılacak testlerden bahsedilecektir.

Veri setinde hangi modelin daha uygun olduğunu belirlemek için F Testi, Breush-Pagan Lagrange Çarpanı (LM) Testi ve Hausman Testi kullanılmaktadır (Tatoğlu, 2020:177).

3.3.3.5.1. F Testi

F testi, verilerin birimlere göre farklılık gösterip göstermediğini ayrıca analizlerde klasik modelin mi yoksa sabit etkili modelin mi kullanıma daha uygun olacağını göstermektedir. Eğer veri setinde birimler arası farklılık yoksa, F testi veri seti için klasik modelin daha uygun olduğunu, aksi halde ise veri seti için sabit etkili model kullanılırsa daha etkin ve tutarlı sonuçlar elde edileceğini göstermektedir. F testi için kurulan hipotezlerde hangi hipotezin kabul edilip hangisinin reddedileceğine karar verilmesi için λ^2 testinin olasılık değerlerine bakılması gerekmektedir. $p < 0.05$ ise “ H_0 : Veri seti için klasik model uygundur.” hipotezi reddedilerek ve alternatif hipotez olan “ H_1 : Veri seti için tesadüfi etkiler modeli uygundur.” hipotezi kabul edilecektir.

3.3.3.5.2. Breush- Pagan Lagrange Çarpanı (LM) Testi

Breush- Pagan Lagrange Çarpanı (LM) testi, veri seti için klasik model ile mi yoksa tesadüfi etkiler modeliyle mi daha uygun ve tutarlı sonuçlar elde edileceğini belirlemek için kullanılmaktadır. Bu testte tesadüfi birim etkiler varyansının sıfır olduğu hipoteziyle sınanmaktadır. Kurulan hipotezlerde karar için λ^2 testinin olasılık değeri $p < 0.05$ ise, “ H_0 : Veri seti için klasik model uygundur.” hipotezi reddedilerek alternatif hipotez olan “ H_1 : Veri seti için tesadüfi etkiler modeli uygundur.” hipotezi kabul edilecektir.

3.3.3.5.3. Hausman Testi

Hausman testi, veri seti için sabit etkiler modelinin mi yoksa tesadüfi etkiler modelinin mi daha uygun olduğuna karar vermek için kullanılmaktadır. Hausman testi bağımsız değişkenler ile hata terimi arasında ilişki olup olmadığını sınamaktadır ve kurulan hipotezlerde karar verilebilmesi için λ^2 testinin olasılık değerlerine bakılmalıdır. $p < 0.05$ ise “ H_0 : Veri seti için tesadüfi etkiler modeli uygundur.” Hipotezi reddedilerek alternatif hipotez olan “ H_1 : Veri seti için sabit etkiler modeli uygundur.” hipotezi kabul edilir. Sabit etkiler modelinin kabul edilmesi, bağımsız değişkenler ile hata terimi arasında ilişkinin olmadığını göstermektedir.

3.3.3.6. Panel Veri Modellerinin Varsayımlarının Testi

Panel veri analizinde hangi modelin daha uygun olacağına karar verilmesi amacıyla yapılan testlerden sonra değişen varyans (heteroskedasite), otokorelasyon ve birimler arası korelasyon olarak nitelendirilen birtakım varsayımlar bulunmaktadır. Bunlar sonuçların daha anlamlı ve güvenilir olması için sağlanması gereken varsayımlardır. Eğer bu varsayımlar dikkate alınmadan tahminlerde bulunulması halinde standart hatalarda sapma meydana gelecek ve modelin etkinliği engellenecektir. Bununla birlikte bu durum t istatistikleri ve güven aralıklarının da geçerliliğinin sorgulanmasına neden olacaktır (Tatoğlu, 2012:211).

3.3.3.6.1. Değişen Varyans (Heteroskedasite)

Panel veri modellerinde değişen varyans kavramı yatay kesit boyutu içermesi nedeniyle sıklıkla görülmektedir. Değişen varyans, hata teriminin bütün gözlemler için sabit varyanslı olma durumundan sapması başka bir ifadeyle homoskedasite durumundan sapma olarak ifade edilebilir. Heteroskedasite birkaç nedenden dolayı ortaya çıkabilir:

- Modele önemli olarak nitelendirilen değişkenin dahil edilmemesi,
- Modelde bağımlı değişken tanımının veya ölçümünün yanlış yapılması ve bu hatanın bağımlı değişkene göre değişmesi,
- Veri toplamada yapılan hatalar (farklı anakütle verilerine sahip olunması)
- Modelin fonksiyonel yapısından kaynaklanabilir (Kaçar, 2022:51).

Panel veri analizinde değişen varyansın varlığını sınamak için kurulan modele uygun olan yöntemlere göre değişen bazı testler uygulanmaktadır. Klasik modelde değişen varyans Breusch-Pagan (1979) /Cook- Weiesberg (1983) testleri ile sınanabilir. Bunun için temel hipotez, “ H_0 : Değişen varyans yoktur.” şeklinde kurulmaktadır. λ^2 test istatistiğinde prob değerinin 0.05’ten küçük olması durumunda temel hipotez reddedilir ve alternatif hipotez olan “ H_1 : Değişen varyans vardır.” hipotezi kabul edilir.

Sabit etkiler modelinde değişen varyansın varlığını Modifiye Edilmiş Wald Testi (2000) ile test edilebilir. Burada temel hipotez “ H_0 : Birimlere göre değişen varyans yoktur.”, alternatif hipotez ise “ H_1 : Birimlere göre değişen varyans vardır.” şeklindedir. Tesadüfi etkiler modelinde ise değişen varyans Breusch-Pagan Lagrange Çarpımı Testi ve Levene, Brown ve Forsythe’nin Testleri (1960) ile test edilebilir. Bu testlerde temel hipotez “ H_0 : Model sabit varyansa sahiptir.” alternatif hipotez ise “ H_1 : Model sabit varyansa sahip değildir.” şeklinde kurulmaktadır. Daha sonra test istatistik değerlerine bakılarak temel hipotez veya alternatif hipotez reddedilir veya kabul edilir (Tatoğlu, 2020:250).

3.3.3.6.2. Otokorelasyon

Panel veri analizlerinde temel varsayımlarından olan değişen varyansın yanında hata terimlerinin birbirleriyle ilişkisiz olması durumu istenmektedir. Hata terimlerinin birbirleriyle olan ilişkili durumuna otokorelasyon denilmektedir. Panel veri analizinde otokorelasyon sorunu olması durumunda katsayılar tutarlı ve sapmasızdırlar ancak etkin değildirler. Dolayısıyla bu durumda standart hatalar sapmalı olacaktır (Kaçar, 2022:52). Otokorelasyonun pozitif ise, sapma negatif olmaktadır. Başka bir ifadeyle, varyanslar düşük çıkmakta ve t test istatistik değeri yüksek çıkmaktadır. Dolayısıyla anlamsız olan katsayı değeri anlamlı hale gelmekte ve F değeri daha yüksek olmaktadır. Bu durum F ve t testlerinin güvenilirliklerini kaybedip yanıltıcı sonuçlar ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Yavuz, 2009:126).

Klasik modelde otokorelasyon sorununu test ederken t testi ve Wooldridge (2002) testi kullanılmaktadır. Her iki testte de temel hipotez “ H_0 : Birinci mertebeden otokorelasyon vardır.” alternatif hipotez ise “ H_1 : Birinci dereceden otokorelasyon yoktur.” şeklindedir.

Sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modellerinde ise otokorelasyon sorununun varlığına ilişkin Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez (LBI) Testi (1999) ve Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi (1982) kullanılmaktadır. Her iki model içinde temel hipotez olan " H_0 : Otokorelasyon yoktur." ve alternatif hipotez " H_1 : Otokorelasyon vardır." şeklindedir. Sonuçta Baltagi Wu'nun LBI testi ve Durbin-Watson test istatistikleri 2 değeri ile karşılaştırılmakta ve değerin 2'den düşük olması durumunda temel hipotez reddedilir ve alternatif hipotez kabul edilir. Başka bir deyişle, modelde otokorelasyon olduğu sonucuna varılmaktadır.

3.3.3.6.3. Birimler Arası Korelasyon

Birimler arası korelasyon zaman serilerindeki serisel korelasyonun karşılığı olarak karşımıza çıkan birimler arasındaki etkileşim olarak da tanımlanabilir. Birimler arası korelasyon, aynı sektör firmaları, bir toplumdaki tüketiciler ya da bireyler arasında meydana gelen davranışsal etkileşimlerden dolayı ortaya çıkabilir. Bununla birlikte gözlenemeyen ortak faktörlerinde etkisinin olduğu söylenebilir. Birimler arası korelasyon sorunu t testi ve F testini geçersiz hale getirebilmekte ve hatta tutarsız sonuçlara neden olabilmektedir. Bu nedenle kullanılacak modelde analiz öncesi birimler arası korelasyonun var olup olmadığı test edilmelidir (Boğa, 2019:367).

Sabit etkiler modeli ve tesadüfi etki modellerinde birimler arası korelasyonunun varlığını test edebilmek için Pesaran (2004) Testi, Friedman (1937) Testi ve Frees (1995, 2004) Testi kullanılmaktadır. Temel hipotezin " H_0 : Birimler arası korelasyon yoktur." ve alternatif hipotezin " H_1 : Birimler arası korelasyon vardır." şeklinde kurulduğu testlerde sonuçlara test istatistikleri ve olasılık değerlerine bakarak karar verilmektedir. Olasılık değeri 0.05'in altındaysa temel hipotez reddedilir ve böylece birimler arası korelasyon olduğu kabul edilir (Tatoğlu, 2020: 246).

3.3.3.7. Dirençli Tahminciler

Bir regresyon modelinde uygun model tahmininden sonra yapılan varsayım testlerinde değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyonun biri, ikisi veya tamamının olması durumunda modelde bulunan değişken sonuçları ve modelin R^2 değeri sapmalı sonuçlar vermektedir. Bu durumda bu problemleri dikkate alan dirençli tahminciler kullanılarak modellerin daha doğru sonuçlar vermesi sağlanmaktadır.

Söz konusu modelde sadece değişen varyansın bulunması durumunda Huber (1967), Eicker (1967) ve White (1980) Tahmincileri kullanılmaktadır. Ayrıca Parks (1967) -Kmenta (1986) Tahmincisi sadece değişen varyansın olduğu varsayımıyla esnek genelleştirilmiş en küçük kareler tahmincisi de kullanılmaktadır. Modelde değişen varyans ve otokorelasyon sorununun olması durumunda ise Arellano (1987), Froot (1989) ve Rogers (1993) Tahmincileri, Wooldridge (2002) Tahmincisi ve Newey-West (1987,1994) Tahmincilerinden biri kullanılmaktadır. Değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon sorununun üçünün de modelde var olmasıyla kullanılacak tahminci ise Driscoll-Kraay (1998) Tahmincisidir (Tatoğlu, 2016:286).

3.3.4. Araştırmanın Hipotezleri ve Modelleri

Maliyet yapışkanlığının varlığı ortaya konduktan sonra çalışmanın temel amacı olan maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi ve firma karakteristiği arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

Yöneticiler firmaları gerçek performansları dışında daha iyi bir şekilde göstermek amacıyla finansal tablolarını farklı bir biçimde hazırlayıp sunarak kâr yönetimi uygulamalarına başvurmaktadırlar. Böylece hem işletme performanslarını olduğundan daha iyi göstermekte hem de yatırımcılar için işletmeyi yatırım yapılabilir bir işletme statüsüne getirmektedirler. Yönetici ise bu işlemleri gerçekleştirirken bazı işletme kaynaklarını kesmekte isteksiz olmakta ve maliyetleri ayarlamaktadır. Dolayısıyla yapılan kâr yönetim uygulamalarının maliyetler üzerinde yapışkanlığına neden olduğu bilindiğinden maliyet yapışkanlığı ve kâr yönetimi arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olması beklenmektedir.

H₁: Maliyet yapışkanlığı ve kâr yönetimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

İşletmenin kuruluş amaçlarından olan biri de faaliyetlerinin devamını sağlayarak kâr elde etmektir. Yöneticiler tarafından hedeflenen kâra ulaşmak için de varlık getirilerinin yüksek olması işletmeyi rakiplerine karşı daha avantajlı hale getirecektir. Ayrıca yöneticiler hedeflenen kâra ulaşarak konumlarını sağlamlaştırdıklarından gereksiz maliyetlerden kaçınmamaktadır. Böylelikle firma kârlılıkları ile maliyet yapışkanlığı arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki beklenmektedir.

H_{1a}: Maliyet yapışkanlığı ve firma kârlılık oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

İşletmeler kurulurken tamamını özsermaye ile finanse etmenin dışında tamamını yabancı kaynaklarla veya bir kısmını yabancı kaynaklarla finanse edebilmektedirler. Tamamı ya da bir kısmı yabancı kaynaklarla finanse edilen işletmeler düzenli olarak belirli bir miktar faiz ödemesi yapmaktadırlar. İşletme satışlarının düşmesi durumunda bu faiz borçlanmaları devam edeceğinden işletme bu açığı kapatabilmek için maliyetlerde ayarlama yapmaktadır. Dolayısıyla maliyetlerde yapılan ayarlamalar maliyet yapışkanlığına neden olduğunda firma borçlanma oranı ile maliyet yapışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki beklenmektedir.

H_{1b}: Maliyet yapışkanlığı ve firma borçlanma oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Firma büyüklüğü değişkeni işletme varlıklarının doğal logaritmasının alınmasıyla hesaplanmaktadır. Dolayısıyla büyük firmaları varlıkları en fazla olan firmalar olarak tanımlarsak, bu firmaların âtıl kapasite ve kaynak olma durumu, faaliyet hacimlerinde azalma meydana geldiğinde çalışanı işten çıkarma eğilimlerinin maliyetlerden dolayı daha az olduğu düşünüldüğünde firma büyüklüğü ile maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olması beklenmektedir.

H_{1c}: Maliyet yapışkanlığı ve firma büyüklüğü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Firma yaşı değişkeni, işletmelerin kuruluşlarından itibaren cari yıla kadar geçen zaman arasındaki fark olarak alınmaktadır. İşletmenin kuruluşundan itibaren sahip olduğu deneyim, çalışanların tecrübesi ve işletmenin bulunduğu sektörü ve rakiplerini tanımasından dolayı firma yaşının yüksek olması işletme açısından avantajlı bir durumdur. Ancak işletmenin deneyim ve tecrübesi dışında bazı gereksiz maliyetlerden kaçınmada isteksiz olması maliyet yapışkanlığına neden olmakta ve dolayısıyla firma yaşı ile maliyet yapışkanlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki beklenmektedir.

H_{1d}: Maliyet yapışkanlığı ve firma yaşı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezleri test edebilmek amacıyla literatürdeki çalışmalarla paralel olarak aşağıdaki modeller oluşturulmuştur.

Model IV

$$\log\left(\frac{GYG_{i,t}}{GYG_{i,t-1}}\right) = \beta_0 + \beta_1 \cdot \log\left(\frac{SAT_{i,t}}{SAT_{i,t-1}}\right) + \beta_2 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SAT_{i,t}}{SAT_{i,t-1}}\right) + \beta_3 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SAT_{i,t}}{SAT_{i,t-1}}\right) \cdot TAH + \varepsilon_{i,t}.$$

Model V

$$\begin{aligned} \log\left(\frac{GYG_{i,t}}{GYG_{i,t-1}}\right) = & \beta_0 + \beta_1 \cdot \log\left(\frac{SAT_{i,t}}{SAT_{i,t-1}}\right) + \beta_2 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SAT_{i,t}}{SAT_{i,t-1}}\right) \\ & + \beta_3 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SAT_{i,t}}{SAT_{i,t-1}}\right) \cdot ROA + \beta_4 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SAT_{i,t}}{SAT_{i,t-1}}\right) \cdot LEV \\ & + \beta_5 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SAT_{i,t}}{SAT_{i,t-1}}\right) \cdot SIZE + \beta_6 \cdot AZKUK \cdot \log\left(\frac{SAT_{i,t}}{SAT_{i,t-1}}\right) \cdot AGE + \varepsilon_{i,t}. \end{aligned}$$

3.3.5. Değişkenler

Çalışmada kullanılan bağımlı değişken ve bağımsız değişkenlere ve söz konusu değişkenlerin hesaplanmasıyla ilgili bilgiler aşağıda verilmiştir.

3.3.5.1. Bağımlı Değişken

Çalışmada bağımlı değişken olarak maliyet yapışkanlığı kullanılmıştır. Maliyet yapışkanlığı göstergesi olarak da Genel Yönetim Giderleri kullanılmıştır. Genel yönetim gideri değişkeni aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

$$GYG = \log\left(\frac{GYG_{i,t}}{GYG_{i,t-1}}\right) \text{ (Genel yönetim giderlerindeki yıllık değişimin logaritması)}$$

3.3.5.2. Bağımsız Değişkenler

Çalışmada kullanılan bağımsız değişkenler: kâr yönetimi ve firma karakteristikleridir. Kâr yönetimi için literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmalar ile tutarlı bir şekilde isteğe bağlı tahakkuklar kullanılmıştır. Dechow vd. tarafından 2005 yılında geliştirilen Modifiye Edilmiş Jones Modeli'nin isteğe bağlı tahakkuk ölçümünde en etkili model olduğu kabul edilmektedir. Modifiye Edilmiş Jones Modeli'ne göre isteğe bağlı tahakkuklar aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$DACC_{i,t} = \frac{TACC_{i,t}}{A_{i,t-1}} - \left[\alpha_t - \left(\frac{1}{A_{i,t-1}} \right) \right] + \alpha_{1i} \left[\frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right] + \alpha_{2i} [PPE_{i,t}/A_{i,t-1}]$$

Formülde yer alan, $DACC_{i,t}$ i firmasının t yılındaki isteğe bağlı tahakkuklarını, $TACC_{i,t}$, i firmasının t yılındaki toplam tahakkuklarını, $\Delta REV_{i,t}$, i firmasının t yılındaki satışlarında meydana gelen değişimi, $\Delta REC_{i,t}$, i firmasının t yılındaki ticari alacaklarındaki değişimi, $PPE_{i,t}$, i firmasının t yılındaki maddi duran varlıklarını, $A_{i,t-1}$, i firmasının t-1 dönemindeki toplam varlıklarını belirtmektedir.

Çalışmada firma karakteristiği göstergeleri olarak; firma kârlılığı, firma borçlanma oranı, firma büyüklüğü ve firma yaşı kullanılmıştır. Söz konusu değişkenler aşağıdaki gibi hesaplanmıştır:

Firma Kârlılığı; $Kârlılık = Net\ Kâr_{i,t} / Toplam\ Varlıklar_{i,t}$

Firma Borçlanma Oranı; $Borçlanma = Toplam\ Yabancı\ Kaynaklar_{i,t} / Toplam\ Varlıklar_{i,t}$

Firma Büyüklüğü; $Büyüklük = Firmadaki\ toplam\ varlıkların\ doğal\ logaritmasını,$

Firma Yaşı; $Yaş = Firmanın\ kuruluşu\ ile\ 2020\ yılı\ arasındaki\ farkını$ ifade etmektedir.

3.3.6. Araştırmanın Bulguları

Araştırmada öncelikli olarak Model IV ve V’de yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler bulunmaktadır. Daha sonra değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantının var olup olmadığını belirlemek amacıyla korelasyon tablosu ve VIF değerleri tablosuna yer verilmiştir.

Tablo 6: Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum	Örneklem
GYG	0.050	0.110	-0.789	0.928	1764
SATIŞ	0.057	0.118	-0.862	0.793	1764
AZKUK*SATIŞ	-0.016	0.061	-0.862	0	1764
TAH	-0.013	0.121	-1.221	0.773	1764
Kârlılık	0.043	0.099	-0.931	0.748	1764
Borçlanma	0.526	0.243	0.017	0.998	1764

Büyüklik	8.637	0.833	6.025	11.272	1764
Yaş	38.02	15.27	3	85	1764

Tablo 6’da maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi ve firma karakteristikleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kurulan modellere ait tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Tabloda görülen GYG ve SATIŞ, genel yönetim giderleri ve satışlar, cari yılın önceki yıla bölünerek elde edilen değerin logaritmasını göstermektedir. Her iki değerin ortalamalarının yaklaşık 0.05 olduğu görülmektedir. Analizlerde kâr yönetimi göstergesi olarak kullanılan tahakkukların ortalama değeri-0.013’dür. Örneklemeye dahil edilen firmaların ortalama kârlılık oranları ise 0.043 iken, borçlanma oranlarının 0.526 olduğu belirlenmiştir. Analiz kapsamındaki 196 firmanın ortalama yaşı ise 38 iken, maksimum 85 yıllık olan firmanın yanı sıra minimum 3 yıldır faaliyette olan firmada bulunmaktadır.

Tablo 7: Korelasyon Analizi Tablosu

	1	2	3	4	5	6	7	8
GYG	1.000							
SATIŞ	0.2916	1.000						
AZKUK*SAT	0.1685	0.6866	1.000					
TAH	0.0790	0.0994	0.0136	1.000				
Kârlılık	0.0469	0.1727	0.1266	0.2044	1.000			
Borçlanma	0.0248	0.0465	-0.0062	-0.2667	-0.4447	1.000		
Büyüklik	0.0459	0.0295	0.1065	-0.0664	0.0844	0.1616	1.000	
Yaş	-0.0599	-0.0561	0.0397	-0.0790	0.0424	-0.0026	0.3079	1.000

Korelasyon analizi sonuçları Tablo 7’de yer almaktadır. İstatistiksel açıdan bakıldığında korelasyon katsayıları -1 ve +1 arasında bir değer almaktadır. Pozitif ve negatif olması durumu değişkenler arasında ilişkinin yönünü temsil etmektedir. Katsayıların 1’ e yakın olması aradaki güçlü ilişkiyi, 0’ a yakın olması ise zayıf ilişkiyi göstermektedir.

Tablo 7’ye göre bağımlı değişken olarak kullanılacak genel yönetim giderleri ile bağımsız değişkenler arasında zayıf korelasyon bulunmaktadır. En yüksek korelasyon 0.6866 değer ile SATIŞ ve AZKUK*SATIŞ değişkenleri arasındadır. Bunun nedeni SATIŞ, satışlardaki değişimin logaritmasıdır ve AZKUK*SATIŞ ise kukla değişkenin satışlardaki değişimin logaritmasıyla çarpılmasıyla elde edilen değer olduğu için iki değişken arasında yüksek korelasyon beklenen bir durumdur. Ayrıca bağımsız değişkenler arasında bağlantı probleminden bahsedebilmek için değerin

0.75'ten büyük olması gerekmektedir. Tabloda yer alan tüm değerler 0.75'ten küçük olduğundan çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı söylenebilir.

Korelasyon analizinin yanı sıra çoklu doğrusal bağlantı problemi için VIF değerlerinden yararlanılmaktadır.

Tablo 8: VIF Değerleri Tablosu

Değişkenler	VIF	1/VIF
Satışlog	2.03	0.4931
AZKUK*Satışlog	1.96	0.5113
Borçlanma	1.41	0.7091
Kârlılık	1.36	0.7351
Büyüklik	1.19	0.8434
Yaş	1.12	0.8897
TAH	1.11	0.8983
Ortalama VIF	1.45	

Tablo 8'de analiz kapsamında yer alan bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı problemi olup olmadığını gösteren VIF değerleri tablosuna yer verilmiştir. VIF değerleri için yapılan çalışmalarda genel kabul edilen değişken değerinin 10'dan düşük değere sahip olması durumunda çoklu doğrusal bağlantı problemi olmadığı varsayımdır. Ancak panel veri testlerinde VIF değerleri aşağıdaki şekilde gruplandırılmıştır.

$VIF < 5$ ise, “çoklu doğrusal bağlantı yoktur.”

$5 < VIF < 10$ ise, “orta şiddette çoklu doğrusal bağlantı vardır.”

$10 < VIF$ ise, “şiddetli çoklu doğrusal bağlantı vardır.”

Yapılan VIF değeri analizi sonucu bağımsız değişkenlerin VIF değerleri 5'den küçük olduğu için çalışmada kullanılan değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı problemi olmadığı belirtilebilir. Çoklu doğrusal bağlantı problemi olması durumunda örneklem sayısının arttırılması veya bu probleme sebep olan değişkenin analizden çıkarılması önerilmektedir.

3.3.6.1. Maliyet Yapışkanlığı ile Kâr Yönetimi ve Firma Karakteristikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Çalışmada kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon analizi bilgilerinin verilmesinin ardından sahte regresyon sorunu ya da sapmalı

tahminlere neden olmamak için değişkenlerin durağan olup olmadıklarının incelenmesi gerekmektedir (Tatoğlu, 2013:199). Ancak kısa yatay kesit ve uzun zamana sahip mikro paneller için durağanlık beklenirken, uzun yatay kesit ve kısa zamana sahip mikro panellerde durağanlık varsayımının sağlanması gerekli görülmemektedir (Baltagi, 2013:175).

Yapılan çalışmada da kullanılan veri setlerinde kesit boyutunun $N=196$ olması zaman boyutunun ise $T=9$ olması, kesit boyutunun zaman boyutundan büyük olduğunu göstermesi nedeniyle mikro panel veri seti yaklaşımı varsayılmış ve serilerin durağan olduğu kabul edilerek analizler gerçekleştirilmiştir. Panel veri analizinden önce çalışmada yararlanılan veri seti için uygun olan modele karar verilmesidir. Bu amaçla dengeli panel veri modeli niteliğindeki çalışmada yer alan modellerin klasik model mi, sabit etkili model mi yoksa tesadüfi etkili model mi olduğuna karar verilmesi amacıyla F, LM testleri yapılmıştır. Yapılan testlere ait sonuçlar tablo 9 ve tablo 10’ da verilmiştir.

Tablo 9: Panel Veri Modeli Seçim Analizi Sonuçları (F Testi)

F Testi		
H_0 : Klasik model uygundur.		
H_1 : Sabit Etkiler modeli uygundur.		
	İstatistik	Olasılık
Model IV	0.90	0.8277
Model V	0.87	0.8864

Panel veri analizinde F testi, örneklem verilerinin analizinde kullanılacak modelde klasik modelin mi yoksa sabit etkiler modelinin mi uygun olacağına karar vermek için yapılmaktadır. Analiz sonucunda p- olasılık değeri 0.05’den küçükse H_0 hipotezi reddedilir ve sabit etkiler modelinin uygun olduğuna karar verilir. Ancak analiz sonuçlarına bakıldığında kurulan her iki model için p- olasılık değerinin 0.05’den büyük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla hem model IV hem de model V için klasik modelin uygun olduğu söylenebilir.

Tablo 10: Panel Veri Modeli Seçim Analizi Sonuçları (LM Testi)

Breusch-Pagan LM testi		
H_0 : Klasik model uygundur.		
H_1 : Tesadüfi Etkiler modeli uygundur.		
	İstatistik	Olasılık
Model IV	0.000	1.000
Model V	0.000	1.000

F testi yapılarak model için klasik modelin mi sabit etkiler modelinin mi uygun olduğu sonucuna varılmaktadır. Daha sonra ise Breusch-Pagan LM testi yapılarak model için klasik modelin mi tesadüfi etkiler modelinin mi uygun olduğuna karar verilmesi gerekmektedir. Yapılan analize göre p- olasılık değeri 0.05’den küçükse H_0 hipotezi reddedilip H_1 hipotezi kabul edilir dolayısıyla model için tesadüfi etkiler modelinin uygun olduğu ifade edilir. Tablo 10’ a göre yapılan analiz sonuçları Model IV ve Model V için p- olasılık değeri 1.000 olduğundan ($p>0.005$) H_0 hipotezi reddedilemeyeceğini ve model IV ve model V için klasik modelin uygun olduğunu göstermektedir.

Hem F testi hem de Breusch-Pagan LM testinde sonuçların modeller için klasik modelin uygun olduğu tespit edildiğinden Hausman spesifikasyon testi yapılmamıştır. Çünkü Hausman spesifikasyon testi, sabit etkiler modelinin mi tesadüfi etkiler modelinin mi uygun olduğuna karar vermek için yapılmaktadır.

Panel veri modellerinde yatay kesit boyutu içermesi nedeniyle değişen varyans (değişen varyans) sıklıkla görülmektedir. Ayrıca hata terimi birim etkiyi içeriyorsa ve model havuzlanmış en küçük kareler yöntemiyle tahmin ediliyorsa birim etki hata teriminde otokorelasyona neden olmaktadır. Ancak klasik modelde birim ayırımı olmadığından etkinliği bozan varsayımlardan birimler arası korelasyon incelenmemektedir (Tatoğlu, 2020:228). Bu yüzden sadece değişen varyans ve otokorelasyon testlerine ilişkin sonuçlara yer verilmiştir.

Klasik modelde etkinliği bozan varsayımlardan değişen varyans için uygulanan White testi (1980), otokorelasyon için Wooldridge testi (2002) uygulanmıştır.

Tablo 11: Varsayımdan Sapmalar Test Sonucu (Değişen Varyans)

White Testi			
H_0 : Değişen varyans yoktur.			
H_1 : Değişen varyans vardır.			
Model IV			
	Chi2	df	p
Değişen varyans	208.96	71	0.0000
Çarpıklık	19.78	12	0.0714
Basıklık	10.29	1	0.0013
Toplam	147.12	84	0.0000
Model V			
	Chi2	df	p
Değişen varyans	120.30	24	0.0000

Çarpıklık	14.39	6	0.0256
Basıklık	10.68	1	0.0011
Toplam	145.37	31	0.0000

Tablo 11’ de klasik modelde değişen varyans sorununun var olup olmadığına yönelik yapılan White testine ait sonuçlar yer almaktadır. White testi modelde değişen varyans olup olmadığını belirlemenin yanında hata terimlerinin normal dağılıp dağılmadıklarını gösteren çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerini de içermektedir. Analiz sonuçları, heteroskedasite için her iki modelde de p- olasılık değerinin 0.000 olmasından dolayı ($p < 0.05$) H_0 hipotezini reddetmekte ve model IV ve model V’ te değişen varyans varlığını göstermektedir.

Çarpıklık ve Basıklık değerleri, hata teriminin ortalama etrafında dağılımında çarpıklık ve basıklığın normal dağılımın çarpıklık ve basıklık değerinden farklılığını ortaya koymaktadır. Skewness ve Kurtosis değerleri için hipotezler aşağıdaki gibidir:

H_0 : $S=0$ ve $K=3$ (hata terimleri normal dağılmaktadır.)

H_1 : $S \neq 0$ ve $K \neq 3$ (hata terimleri normal dağılmamaktadır.)

Eğer dağılımın çarpıklık değeri 0’ dan küçükse sola çarpık, 0’ dan büyükse sağa çarpıktır. Basıklık değeri ise 3’ den büyükse sivri, 3’ den küçükse basıktır (Tatoğlu, 2020:262).

Buna göre, model IV için Çarpıklık değerinin 12, Basıklık değerinin ise 1 olması hata terimlerinin normal dağılmadıklarını göstermekte ve şekilsel olarak d model IV’ ün hata terimleri sağa çarpık ve basıktır. Model V için Çarpıklık değerinin 6 olması, Basıklık değerinin 1 olması aynı model IV ile benzer sonuçlar içermektedir. Hata terimleri normal dağılmamakta ve şekil olarak sağa çarpık ve basıktır şeklinde ifade edilebilmektedir.

Tablo 12: Varsayımdan Sapmalar Test Sonucu (Otokorelasyon)

Wooldridge’in Testi		
H_0 : Birinci mertebeden otokorelasyon yoktur.		
H_1 : Birinci mertebeden otokorelasyon vardır.		
	F (1,195)	p
Model IV	0.024	0.8781
Model V	0.043	0.8354

Tablo 12’ de klasik modelin uygun olduğu sonucuna ulaştığımız modeller için birimler arası otokorelasyonun varlığını sınamak için yapılan analizlere yer verilmiştir. Model IV için p- olasılık değerinin 0.8781 ($p > 0.05$) olmasından dolayı H_0 hipotezi

reddedilemez ve “birimler arası otokorelasyon yoktur” şeklinde ifade edilir. Model V için ise p- olasılık değeri 0.8354 ($p > 0.05$) olduğundan “birimler arası otokorelasyon yoktur” denilmektedir. Böylece her iki model için de birimler arası otokorelasyonun olmadığı tespit edilmiştir.

Panel veri analizlerinde kurulan modellere ilişkin söz konusu problemlerden en az birinin varlığında katsayı tahminleri etkinliklerini yitirmekte ve sapmalı sonuçlar elde edilmektedir. Bu durumda klasik modelin uygunluğu göz önünde bulundurularak değişen varyansa karşı dirençli tahminci olan Parks-Kmenta Tahmincisinin esnek genelleştirilmiş en küçük kareler tahmincisi ile parametre tahminleri gerçekleştirilmiştir.

Tablo 13: Genel Yönetim Giderlerindeki Maliyet Yapışkanlığı ile Kâr Yönetimi Arasındaki İlişkinin Regresyon Sonucu

Model IV: $\log (GYG_{i,t-1}) = \beta_0 + \beta_1 \cdot \log (Satış_{i,t-1}) + \beta_2 \cdot AZKUK \cdot \log (Satış_{i,t-1}) + \beta_3 \cdot AZKUK \cdot TAH_{i,t}$				
Değişkenler	Katsayılar	Standart Sapma	t	P>t
SABİT	0.0374	0.0019	19.14	0.000
Satış – β_1	0.2549	0.0215	11.85	0.000
AZKUK*Satış – β_2	-0.0395	0.0412	-0.96	0.037
AZKUK*Satış*TAH- β_3	0.0153	0.2256	0.07	0.946
R ² = 0,0869				
Wald chi2(5) = 247.50				
Prob> chi2 = 0.000				
Gözlem Sayısı = 1764				
Tahminci: Parks-Kmenta Esnek Genelleştirilmiş En Küçük Kareler				

Borsa İstanbul’da işlem gören 196 firmaların örneklem olarak dahil edildiği ve verilerinden yararlanılarak yapılan Model IV’e ait regresyon analiz sonucuna Tablo 13’de yer verilmiştir. Waldchi testi, modelde yer alan değişkenlerin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığını ifade etmektedir. Waldchi2 testinin olasılık değeri 0.000 olması modelde yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenlerin bir bütün olarak %1 düzeyinde anlamlı olduğunu ifade etmektedir. 0.0869 değerini alan R² değeri ise modelde yer alan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücünü göstermektedir. Dolayısıyla modelde bulunan bağımsız değişkenler yaklaşık %9 oranında bağımlı değişkeni açıklamaktadır.

Model IV'e ilişkin panel veri analiz sonuçları değerlendirildiğinde, genel yönetim giderlerindeki maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi arasındaki ilişki de β_3 katsayısının değeri 0.0153, p- olasılık değeri ise 0.946'dır. Dolayısıyla aradaki ilişki pozitif ancak istatistiksel olarak anlamlı değildir. Başka bir ifadeyle Borsa İstanbul'a kayıtlı örneklem dahilindeki firmaların kâr yönetimi uygulamalarının genel yönetim giderlerindeki maliyet yapışkanlığı üzerinde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Böylece bu sonuç H_1 hipotezinin reddedildiğini göstermektedir.

Tablo 14: Genel Yönetim Giderlerindeki Maliyet Yapışkanlığı ile Firma Karakteristikleri Arasındaki İlişkinin Regresyon Sonucu

Model V: $\log(GYG_{i,t-1}) = \beta_1 \log(Satış_{i,t-1}) + \beta_2 \cdot AZKUK \cdot \log(Satış_{i,t-1}) + \beta_3 \cdot AZKUK \cdot Kârlılık_{i,t} + \beta_4 \cdot AZKUK \cdot Borçlanma_{i,t} + \beta_5 \cdot AZKUK \cdot Büyüklük_{i,t} + \beta_6 \cdot AZKUK \cdot Yaş_{i,t}$				
Değişkenler	Katsayılar	Standart Sapma	t	P>t
SABİT	0.0380	0.0019	19.06	0.000
Satış – β_1	0.2494	0.0217	11.52	0.000
AZKUK*Satış – β_2	-0.2939	0.1332	-3.78	0.000
AZKUK *Satış*Kârlılık- β_3	0.5062	0.3896	0.79	0.432
AZKUK *Satış*Borçlanma- β_4	0.2298	0.1166	1.90	0.058
AZKUK *Satış*Büyüklük- β_5	-0.1010	0.0555	-1.82	0.069
AZKUK *Satış*Yaş- β_6	0.0107	0.0027	3.83	0.000
R ² = 0,0999				
Wald chi2(5) = 263.08				
Prob> chi2 = 0.000				
Gözlem Sayısı = 1764				
Tahminci: Parks-Kmenta Esnek Genelleştirilmiş En Küçük Kareler				

Tablo 14'de Borsa İstanbul'a kayıtlı ve örneklem olarak alınan firmaların genel yönetim giderlerinde bulunan maliyet yapışkanlığı ile firma karakteristikleri arasındaki ilişkiyi gösteren regresyon analiz sonucu verilmiştir. Modelde firma karakteristikleri olarak firma kârlılığını gösteren Kârlılık, firmanın borçlanma oranını gösteren Borçlanma, firma büyüklüğünü ifade eden Büyüklük ve firma yaşını belirten Yaş değişkenleri kullanılmıştır. Model V' e ait Waldchi değeri modelde yer alan değişkenlerin bir bütün olarak %1 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. R² 'nin yaklaşık değerinin %10 olması ise firma karakteristiklerini içeren bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan genel yönetim giderlerindeki maliyet yapışkanlığını açıklama oranını göstermektedir.

Firma kârlılık oranlarından biri olan varlıkların getiri oranı Kârlılık ve maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkinin pozitif olması beklenmektedir. Çünkü firma tarafından elde edilen varlık getirisi ne kadar yüksek olursa, yöneticiler tarafından hedeflenen kâra ulaşmak için varlıklarda o derece etkin kullanılacaktır. Böylece işletme sahipleri yöneticilerin performansından memnun kalacak ve var olan yönetimi işletmenin faaliyetlerini devam ettirmek için teşvik edecektir. Dolayısıyla bu durum maliyetlerin yapışkan olmasına sebep olacaktır. Parks-Kmenta Esnek Genelleştirilmiş En Küçük Kareler Tahmincisi ile tahmin edilen regresyon sonucuna göre genel yönetim giderlerindeki maliyet yapışkanlığı ile firma kârlılığını belirten Kârlılık arasında pozitif (0.5062) ancak istatistiksel açıdan anlamlı olmayan (0.79) bir ilişki söz konusudur. Başka bir ifadeyle, firma kârlılığı maliyet yapışkanlığı üzerinde etkisinin olmadığı söylenebilir. Ayrıca istatistiksel olarak anlamlı olmayan bu ilişki H_{1a} hipotezinin reddedileceğini ifade etmektedir.

Firmanın borçlanma oranını gösteren firma karakteristiği olan Borçlanma değişkeni, firma faaliyetlerinin ne ölçüde borçla finanse edildiğini göstermektedir. Bu oran firmanın borç yükünü özkaynaklarla karşılaştırmaktadır. Dolayısıyla kaldıraç değeri ne kadar yüksek olursa, firma o kadar borca sahip olmaktadır ve bu durum üçüncü kişiler tarafından sağlanan fonların miktarını arttırmaktadır. Elde edilen bu fonlar yöneticiler tarafından firmanın performansını arttırmak için kullanılmaktadır ancak yöneticiler olası bir satış düşüklüğünde maliyetleri faiz olarak düşük tutmaları imkânsız hale gelecektir (Wijayanti vd., 2022:129). Başka bir deyişle, firma borçlanma oranı ile maliyet yapışkanlığı arasında doğru orantılı bir ilişki beklenmektedir. Analiz sonuçları da firma borçlanma oranının katsayı değerinin pozitif (0.2298) olması ve istatistiksel açıdan %10 düzeyinde anlamlı olması (0.058), kurulan H_{1b} hipotezini desteklemektedir. Bu durum, firma borçlanma oranının maliyet yapışkanlığı üzerinde pozitif etkisinin olduğunu göstermektedir.

Firma büyüklüğünü gösteren Büyüklük değeri, firma toplam varlıklarının doğal logaritması alınarak elde edilmektedir. Analiz sonuçlarına göre, firma büyüklüğü ile maliyet yapışkanlığı arasında negatif (-0.1010) ve istatistiksel olarak (0.069) %10 düzeyinde anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu durum H_{1c} hipotezini desteklemektedir. İstatistiksel değerleri açıklamak gerekirse firma büyüklüğü arttıkça maliyet yapışkanlığı azalmaktadır. Firma yaşı olarak alınan Yaş

değişkeni ile maliyet yapışkanlığı arasında pozitif (0.0107) ve istatistiksel olarak %1 (0.000) düzeyinde anlamlılık elde edilmiştir. Başka bir ifadeyle, firmanın faaliyet gösterdiği yıl arttıkça maliyet yapışkanlığı üzerindeki etkisi artmaktadır. Söz konusu durum, H_{1d} hipotezini desteklemektedir.



SONUÇ

İşletme yöneticileri faaliyetlerini en iyi şekilde devam ettirirken, aynı zamanda kâr maksimizasyonu sağlamak isterler. Kâr maksimizasyonunu özellikle imalat işletmelerinde yüksek faaliyet hacmi ve düşük maliyet ile elde edilebilir. Bunun içinde yöneticiler maliyet davranışlarını çok iyi anlamaları gerekmekte ve gereksiz veya âtil maliyetlerden kaçınmalıdır. Geleneksel maliyet davranışında maliyetler sabit ve değişken maliyetler olmak üzere ikiye ayrılırlar. Bu maliyet davranışında işletmenin faaliyet hacminde meydana gelen artış veya azalış, sabit ve değişken maliyetleri aynı oranda arttırıp azaltmaktadır. Ancak 2003 yılında Anderson, Banker ve Janakiraman tarafından geliştirilen ABJ yöntemi ile maliyetlerin tamamının geleneksel maliyet davranışına göre davranmadıkları, bazı maliyetlerin yapışkan maliyet davranışı sergiledikleri ortaya konmuştur. ABJ yöntemi, faaliyet hacminde meydana gelen %'lik artışın maliyetleri modelden elde edilen β_1 katsayısı kadar arttırırken, faaliyet hacmindeki %'lik azalış ise $\beta_1 + \beta_2$ kadar arttırdığı ifade etmektedir. Maliyet yapışkanlığı olarak literatürde yer alan kavramda, faaliyet hacmindeki değişimlerde maliyetlerin simetrik davranmadıkları özellikle azalış söz konusu olduğunda maliyetlerin artışa oranla daha az azaldığı belirtilmiştir. Dolayısıyla faaliyet hacminde meydana gelen azalışlarda maliyetlerin artışla aynı oranda azaltılamaması maliyet yapışkanlığını göstermektedir ve bu durum işletmelerin performansları üzerinde de etkili olmaktadır.

Yukarıdaki kavramsal çerçeve doğrultusunda bu çalışmanın amacı, maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi ve firma karakteristikleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaçla, Borsa İstanbul'a kayıtlı 196 firmanın 2012-2020 dönemine ait 1764 firma yılı gözleminden yararlanılmıştır. Varlık yapılarının farklı olması nedeniyle bankalar, finansal kuruluşlar, sigorta şirketleri, menkul kıymet yatırım ortaklıkları ve gayrimenkul yatırım ortaklıkları örnekleme dahil edilmemiştir. Ayrıca incelenen yıllarda verilerine ulaşamayan firmalarda kapsam dışında tutulmuştur. Kullanılan veriler, Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) resmî web sayfasından ve FİNNET veri tabanından alınmıştır. Stata 15 paket programının kullanıldığı çalışmada modeller panel veri analiz yöntemiyle tahmin edilmiştir. Çalışmada öncelikle maliyetlerin yapışkan olup olmadıkları araştırılmıştır. Pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, genel

yönetim giderleri ve satılan ticari mal maliyeti ile kurulan üç farklı modelde maliyet yapışkanlığı test edilmiştir. Daha sonra firmaların giderlerinde maliyet yapışkanlığı üzerinde etkisi olduğu literatürdeki çalışmalarda belirlenen kâr yönetimi ve firma karakteristikleri ile arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada firma karakteristikleri olarak firma kârlılığı, firma borçlanma oranı, firma büyüklüğü ve firma yaşı kullanılmıştır.

Maliyet yapışkanlığının var olup olmadığı, Anderson, Banker ve Janakiraman tarafından 2003 yılında geliştirilen maliyet yapışkanlığı ölçmede ilk kullanılan yöntem olan ve literatürde de sıklıkla kullanılan ABJ yöntemiyle ölçülmüştür. Bu yöntemle göre, maliyet yapışkanlığının varlığından söz edebilmek için analiz sonucunda β_1 katsayısının pozitif ve anlamlı ve β_2 katsayısının ise negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Bu kapsamda, maliyet yapışkanlığının varlığının analiz edilmesi için kurulan modellerde bağımlı değişkenler pazarlama, satış ve dağıtım giderleri (Model I), genel yönetim giderleri (Model II) ve satılan ticari mal maliyetleri (Model III)'dir.

Model I, pazarlama, satış ve dağıtım giderlerindeki değişimin bağımlı değişken olduğu, satışlardaki değişim ve satışların bir önceki yıla göre artıp ve azaldığına göre değer alan kukla değişkenin bağımsız değişken olduğu modeldir. Analiz sonucuna göre β_1 katsayısı 0.5485 ve istatistiksel olarak anlamlı ancak β_2 katsayısı 0.0108 ve istatistiksel olarak anlamlı olmaması pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinde maliyetlerin yapışkan olmadıklarını, simetrik davrandıklarını göstermektedir.

Model II, genel yönetim giderlerinin bağımlı değişken, satışlardaki değişim ve kukla değişkenin bağımsız değişken olarak kullanıldığı modeldir. Yapılan analize göre, β_1 katsayısı 0.3104 ve anlamlı, β_2 katsayısı -0.1077 ve istatistiksel anlamlı olması genel yönetim giderlerinde maliyet yapışkanlığının var olduğunu ifade etmektedir. Elde edilen sonuç, literatürdeki Anderson vd., 2003; Medeiros ve Costa, 2004; Yükçü ve Özkaya, 2011; Pervan ve Pervan, 2012; Zanjirdar vd., 2014; Banker ve Byzalov, 2014; Zhang, 2016; Salehi vd. 2018; Özkaya, 2020'nin çalışmalarıyla tutarlıdır.

Model III ise satılan ticari mal maliyetinin bağımlı değişken olduğu modeldir ve bu modelin analiz sonuçlarına göre β_1 katsayısının 0.8985 anlamlı ve ancak β_2

katsayısının 0.0281 ve istatistiksel olarak anlamlı olmaması satılan ticari mal maliyetinde maliyetlerin geleneksel maliyet davranışı gösterdikleri belirtilebilir. Literatürdeki Subramaniam ve Weidenmier, 2003; Nassirzadeh vd., 2013, Erdoğan vd., 2019; ve Bengü ve Fidancan, 2020 çalışmalarda yaptığımız çalışmayla benzer olarak satılan ticari mal maliyetinde yapışkanlığın olmadığını tespit etmişlerdir.

Maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kurulan Model IV, bağımlı değişkenin maliyet yapışkanlığı bulunan genel yönetim giderlerindeki değişimken, satışlardaki değişim, kukla değişken ve maliyet yapışkanlığı ve kâr yönetimi arasında etkileşimi gösteren kukla değişkenle çarpılan tahakkuklar bağımsız değişkenleri belirtmektedir. Kâr yönetimi göstergesi olarak literatür ile tutarlı bir biçimde isteğe bağlı tahakkuklar kullanılmış ve bu değişkenin ölçülmesinde Modifiye Edilmiş Jones Modeli'nden yararlanılmıştır. Analizinde klasik modelin geçerli olduğu modelde Parks-Kmenta dirençli tahmincisi ile model tahmin edilmiş ve sonuç olarak maliyet yapışkanlığı ile kâr yönetimi arasında istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir ilişki tespit edilmiştir. Bulunan bu sonuç, Xue ve Hong, 2016; Hemati ve Javid, 2017; Sayrani vd. 2018; ve Megeid ve El-Deeb, 2021'in çalışmalarıyla tutarlıdır.

Maliyet yapışkanlığı ile firma karakteristikleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kurulan Model V, firma karakteristikleri olarak alınan firma kârlılığı, firma borçlanma oranı, firma büyüklüğü ve firma yaşının bağımsız değişken olarak alınıp genel yönetim giderlerindeki değişimin bağımlı değişken olarak alındığı modeli ifade etmektedir. Firma karakteristikleri ile maliyet yapışkanlığı arasındaki ilişkiyi açıklayabilmek amacıyla kukla değişken ile çarpılan değerler analize alınmıştır. Parks-Kmenta dirençli tahmincinin kullanılarak modelin tahmin edildiği analiz sonuçlarına göre, maliyet yapışkanlığı ile firma borçlanma oranı ve firma yaşı arasında pozitif ve sırasıyla istatistiksel olarak %10 ve %1 düzeyinde anlamlılık tespit edilmiştir. Firma borçlanma oranı ve maliyet yapışkanlığı arasındaki pozitif ve anlamlı ilişki literatürde yapılan Ghazalat ve Abu-Serdaneh, 2020; ve Wijayanti vd. 2020 çalışmalarıyla benzer sonuçlara sahiptir. Firma büyüklüğü ile maliyet yapışkanlığı arasında negatif ve %10 düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç ise, Cheung vd., 2016, Zulfiati vd., 2020; ve Zhao, 2020 çalışmalarıyla aynı sonuçlara ulaşıldığını göstermektedir. Ancak firma kârlılık oranını gösteren kârlılık ile maliyet yapışkanlığı arasında istatistiksel

olarak anlamlılık tespit edilememiştir. Kârlılık oranı ile ilgili olarak anlamlı bulunmayan ilişki Boakye vd., 2019 tarafından yapılan çalışmanın sonucu ile tutarlıdır.

Türkiye özelinde maliyet yapışkanlığı, kâr yönetimi ve firma karakteristikleri arasındaki ilişkiyi incelemesi bakımından ve ayrıca verilerin güncel olması ve örneklem hacminin geniş tutulması açısından çalışma önemli bir yere sahiptir. Konu ile ilgili olarak literatüre katkı sunmayı amaçlayan bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Dengeli panel veri analizi kullanılan çalışmada ilgili yıllar içerisinde firma verileri olmayan ya da eksik olan firmalar örneklem kapsamına alınmaması firma sayısının düşmesine neden olmuştur. Çalışmada sektörel bir ayrımın yapılmaması ise diğer bir kısıtı oluşturmaktadır.

Konu ile ilgili olarak ileride yapılacak çalışmalara örnek olması açısından bazı önerilere yer verilmiştir. Çalışmada ölçüm yöntemlerinden yalnızca birini kullanılarak var olup olmadığı tespit edilen maliyet yapışkanlığı ve kâr yönetim uygulamaları için literatürdeki diğer yöntemlerde tercih edilebilir. İleride yapılacak çalışmalarda bu öneriler dikkate alınabilir.

KAYNAKÇA

- Abdullah, A.A.H. (2021). Cost Stickiness and Firm Profitability: A Study In Saudi Arabian Industries. *Investment Management and Financial Innovations*, 18(3), 327-333.
- Abu-Serdaneh, J. (2014). The Asymmetrical Behavior of Cost: Evidence From Jordan. *International Business Research*, 7(8), 113-122.
- Adıgüzel, H. (2018). Muhasebe Literatüründe Kazanç Yönetimi Teknikleri, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 11(1), 63-76.
- Ajit,D., Malik,S., & Verma, V.K. (2014). Earnings Management in India. *CFA Institute Journal Review*, 44(3), 1-32.
- Akçay, A. (2017). *Bağımsız Dış Denetim Kalitesinin Kâr Yönetimi Üzerine Etkisi: Borsa İstanbul'da İşlem Gören İşletmeler Üzerine Bir Araştırma*. (Doktora Tezi) Diyarbakır: Dicle Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akdoğan, N. (2018). *Maliyet Muhasebesi Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akgün, A.İ. (2017). *Maliyet Muhasebesi Teori ve Uygulamaları*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Akman, H., ve Bitlisli, F. (2021). Finansal Bilgi Manipülasyonu ve Yaratıcı Muhasebeye İlişkin Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi*, 28(1), 103-124.
- Alavinasab, M.S., Mehrabanpour, M.R., & Ahmadi, A. (2017). The Effect of Economic Growth on Cost Stickiness in Tehran Stock Exchange. *International Journal of Finance and Accounting*, 6(3), 87-94.
- Altuğ, O. (2018). *Maliyet Muhasebesi*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Anderson, M., Banker, R., & Janakiraman, S. (2003). Are Selling, General and Administrative Costs “Sticky”? *Journal of Accounting Research*, 41(1), 47-63.
- Aren, S. (2003). *Yöneticilerin Kâr Yönetimi ile İlgili Tutumları ve İMKB’de Bir Uygulama*. (Doktora Tezi). Gebze: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü/ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arıcı, N.D., ve Karğın, M. (2017). Muhasebe Bilgilerinin Kalitesini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Literatür İncelemesi. *Yönetim ve Ekonomi*, 24(1), 215-232.
- Arıoğlu, E. (2007). *Firma Büyüklüğü ile Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin Farklı Yöntemlerle İncelenmesi: İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında Uygulamalı Bir Analiz*. (Yüksek Lisans Tezi). Adana: Çukurova Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aslan, M. (2021). *Reklam Harcamalarının Firma Performansına Etkisi: BIST İmalat Sektöründe Panel Veri Analiziyle Bir Uygulama*. (Doktora Tezi). Bingöl: Bingöl Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ata, H.A., ve Ağ, Y. (2010). Firma Karakteristiğinin Sermaye Yapısı Üzerindeki Etkisinin Analizi. *Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 11(1), 45-60.

Atasel, O.Y., Şeker, Y., ve Yıldırım, F. (2021). Sticky Cost Behavior: Evidence From BRICS+T Countries. *Ege Akademik Bakış*, 21(2), 125-137.

Aydın, N., Başar, M., ve Coşkun, M. (2011). **Finansal Yönetim**, Ankara: Detay Yayıncılık.

Aydoğan, H. (2022). *Verimlilik, AR-GE ve Gelir Dağılımı Eşitsizliğinin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri: R ile Panel Veri Analizi*. (Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aygün, M., ve Akçay, A. (2015). Firma Büyüklüğü ve Borçlanmanın Kâr Yönetimi Üzerindeki Etkisi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 66(4), 57-68.

Balakrishnan, R., & Gruca, T. (2008). Cost Stickiness and Core Competency: A Note. *Contemporary Accounting Research*, 25(4), 1-21.

Balakrishnan, R., Labro, E. & Soderstrom, N.S. (2014). Cost Structure and Sticky Costs. *Journal of Management Accounting Research*, 26(2), 91-116.

Balios, D., Eriotis, N., Naoum, V.C., & Vasiliou, D. (2020). Sticky Behaviour of Selling, General and Administrative Costs and Earnings Management Practices: An International Comparative Perspective. *International Journal Managerial and Financial Accounting*, 12(3/4), 242-264.

Ballas, A., Naoum, V.C., & Vlismas, O. (2020). The Effect of Strategy on The Asymmetric Cost Behavior of SG&A Expenses. *European Accounting Review*, <https://doi.org/10.1080/09638180.2020.1813601> (Erişim Tarihi: 08.12.2021).

Baltacı, H. (2020). *Firma Yaşı ve Büyüklüğü, Yönetici Sosyal Sermayesi ve Firma İtibarı Arasındaki İlişkiler*. (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Baltagi, Badi. H., (2005). **Econometric Analysis of Panel Data**, Third Edition, John Wiley & Sons Ltd., West Sussex, England

Baltagi, B. H. (2013). **Econometric Analysis of Panel Data** (5th ed., pp. 135-161, 175-180). Wiley

Banker, R.D., Basu, S., Byzalov, D., & Chen, J. (2013). Asymmetries in Cost-Volume-Profit Relation: Cost Stickiness and Conditional Conservatism. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2312179> (Erişim Tarihi: 02.04.2021).

Banker, R.D., Byzalov, D. & Chen, L. (2013). Employment Protection Legislation, Adjustment Costs and Cross- Country Differences In Cost Behavior. *Journal of Accounting and Economics*, 55, 111-127.

Banker, R.D., Byzalov, D., Ciftci, M., & Mashruwala, R. (2014). The Moderating Effect of Prior Sales Changes on Asymmetric Cost Behavior. *Journal of Management Accounting Research*, 26(2), 221-242.

Banker, R.D., & Byzalov, D. (2014). Asymmetric Cost Behavior. *Journal of Management Accounting Research*, 26(2), 43-79.

Barton, J., & Simko, P.J. (2002). The Balance Sheet As An Earnings Management Constraint. *The Accounting Review*, 77(1), 1-27.

Baumgarten, D. (2012). *The Cost Phenomenon*. Germany, Köln: Springer Gabler.

Beneish, M.D. (1997). Detecting GAAP Violation: Implications for Assessing Earnings Management Among Firms With Extreme Financial Performance. *Journal of Accounting and Public Policy*, 16(3), 271-309.

Beneish, M.D. (2001). Earnings Management: A Perspective. *Managerial Finance*, 27(12), 3-17.

Bengü, H., ve Fidancan, C. (2020). BİST Kimya ve Metal Ana Sanayi Sektörlerindeki İmalat İşletmelerinde Maliyet Yapışkanlığının Test Edilmesine İlişkin Bir Uygulama. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 331-342.

Bengü, H., ve Fidancan, C. (2022). İmalat İşletmelerinde Maliyet Yapışkanlığının Karşılaştırılması: Türkiye, Endonezya ve Meksika Örneği. *Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 386-398.

Bergstresser, D., & Philippon, T. (2006). CEO Incentives and Earnings Management. *Journal of Financial Economics*, 80(3), 511-529.

Bhargava, A., Franzini, L., & Narendranathan, W. (1982). Serial Correlation and The Fixed Effects Model. *The Review of Economic Studies*, 49(4), 533-549.

Boakye, B.Y., Atiso, F., & Koranteng, E. (2019). The Relationship Between Real Earnings Management and Cost Behavior. *SEISENSE Journal of Management*, 2(6), 65-77.

Boğa, S. (2019). Ekonomik Karmaşıklık Seviyesinin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Geçiş Ülkeleri İçin Bir Panel Zaman Serisi Analizi. *Akademik Hassasiyetler*, 6(12), 357-386.

Breusch, T. & Pagan, A. (1980). The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification in Econometrics. *Review of Economic Studies*. 47(1), ss.239-253.

Büyükmirza, H.K. (2019). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi*. Ankara: Gazi Kitabevi

Calleja, K, Steliaros, M, & Thomas, DC. (2006). A Note On Cost Stickiness: Some International Comparisons. *Management Accounting Research*. 17,127-140.

Cano, M., & Nunez-Nickel, M. (2020). Cost Stickiness and Accrual Models. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3673803> . (Erişim Tarihi: 24.02.2021).

Chen, C.X., Lu,H., & Sougiannis,T. (2012). The Agency Problem, Corporate Governance and The Asymmetrical Behavior of Selling, General and Administrative Costs. *Contemporary Accounting Research*, 29(1), 252-282.

Cheng, S., Jiang, W., & Zeng, Y. (2016). Does Access to Capital Affect Cost Stickiness? Evidence From China. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 177-198. <https://doi.org/10.1080/16081625.2016.1253483>, (Erişim Tarihi: 02.03.2021)

Cheung, J., Kim, H., Kim, S., & Huang, R. (2016). Is The Asymmetric Cost Behavior Affected By Competition Factors?. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 25(6), 1-17.

Çelik, M. ve Kök, D. (2013). Türkiye’de Maliyet Yapışkanlığının Geçerliliği: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) Örneğinde Panel Veri Analizi. *Business and Economics Research Journal*, 4(4), 37-48.

Çıtak, N. (2009). Yaratıcı Muhasebe Hileli Finansal Raporlama Mıdır? *Mali Çözüm Dergisi*, 91, 81-109.

Dai, J., Huang, R., & Yan, Y. (2018). Cost Stickiness and Management’s Issuance of Earnings Forecasts. *Journal of Applied Business and Economics*, 20(6), 40-56.

Daryaei, A.A., Fattahi, Y., Sadeqi, H., & Hasani, R. (2021). Management Characteristics and Cost Stickiness: An Examination Based on Agency Theory. *Environmental Energy and Economic Research*, 5(1), 1-15.

DeAngelo L.M. (1986). Accounting Numbers As Market Valuation Substitutes: A Study of Management Buyouts of Public Shareholders. *The Accounting Review*, 62(3), 400-420.

Dechow, P.M., Sloan, R.G., & Sweeney, A.M. (1995). Detecting Earnings Management. *The Accounting Review*, 70(2), 193-225.

Dechow, P.M. & I.D. Dichev. (2002). The Quality of Accruals and Earnings: The Role of Accounting Estimation Errors. *The Accounting Review*, 77.

Driscoll, J.C. & Kraay, A.C. (1998). Consistent Covariance Matrix Estimation with Spatially Dependent Panel Data. *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560.

Drury, C. (2018). **Management and Cost Accounting**. United Kingdom: Cengage Learning EMEA.

Duman, H. (2010). Kamunun Aydınlatılması Kapsamında Kazanç Yönetiminin Tespiti ve Şirket Finansal Raporları ve Performansı Üzerine Etkisi: İMKB Uygulaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 127-151.

Elmacı, O. (2018). **Maliyet Muhasebesi Uygulamaları**. Ankara: Gazi Kitabevi.

Elsayed, A., Ibrahim, A., & Ezat, A.N. (2017). Sticky Cost Behavior: Evidence From Egypt. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 7(1), 16-34.

Eltivia, N., Widiastuti, R., & Wahyuni, H. (2017). Do Stickiness Costs Exist in Indonesia?. *Review of Integrative Business & Economics Research*, 6(1), 16-20.

Erdoğan, M., Demirgubuz, M.Ö., Erdoğan, E.O., ve Ömürbek V. (2019). BIST’ de Sektörler İtibariyle Maliyet Yapışkanlığının Panel Veri Analiziyle İncelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(24), 264-274.

Ertaş, F.C. (2016). **Maliyet Muhasebesi**. İstanbul: Beta Yayınları.

Flannery, K., & Mohs, J.N. (2020). Asymmetric Cost Behavior: Exploring Ethical Issues Facing Management. *Strategic Management Quarterly*, 8(2), 1-7.

Fourati, Y.M., Ghorbel, R.C., & Jarboui, A. (2020). Sticky Cost Behavior and Its Implication on Accounting Conservatism: A Cross – Country Study. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 18(1), 169-197.

Ghazalat, A., & Abu-Serdaneh, J. (2020). Sticky Cost Behavior and Conditional Conservatism: An Empirical Analysis From GCC Countries. *International Journal of Management*, 11(12), 2717-2729.

Golden, J., Mashruwala, R., & Pevzner, M. (2020). Labor Adjustment Costs and Asymmetric Cost Behavior: An Extension. *Management Accounting Research*, 46,1-10.

Guenther, T.W., Riehl, A., & Rößler, R. (2013). Cost Stickiness : State of Art of Research and Implications. *Journal of Management Control*, 24, 301-318.

Gujarati, D.N. (2004) **Basic Econometrics**. 4th Edition, McGraw-Hill Companies.

Güçlü, A. (2022). *Bankacılıkta Kâr Yönetimi Uygulamaları: Türk Bankacılık Sektöründe Karşılaştırılmalı Bir Analiz*. (Doktora Tezi). Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Günay, F. (2019). *Maliyet Yapışkanlığı Davranışı ve Pay Getirisine Etkisi: Turizm Alt Sektörlerinde Uluslararası Bir Karşılaştırma*. (Doktora Tezi). Mersin: Mersin Üniversitesi /Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gürdal, K. (2019). **Maliyet Muhasebesi**. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Gürkan S., ve Kaya, Ö. (2020). Asimetrik Maliyet Teorisi Açısından Şirketlerin Maliyet Davranışlarının İncelenmesi: THY, Turkcell ve Tüpraş Örneği. *Mali Çözüm Dergisi*, 30(157), 31-47.

Habib, A., ve Hasan, M.M. (2019). Corporate Social Responsibility and Cost Stickiness. *Business & Society*, 58(3), 453-492.

Hacıhasanoğlu, T. ve Dalkılıç E. (2018). Maliyet Yapışkanlığı Hipotezinin BİST İmalat Sektörü Kapsamında Test Edilmesi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1802-1808.

Haftacı, V. (2019). **Maliyet Muhasebesi**. İzmit: Umuttepe Yayınları.

Hansen,D.R., Mowen,M.M., & Guan, L. (2009). **Cost Management Accounting & Control**, USA: South-Western Cengage Learning.

Hansen, D.R., Mowen, M.M. & Heitger, D.L. (2022). **Cost Management**, USA: Cengage Learning.

Hashemi, S.A., & Nejati, A. (2015). The Effect of Earnings Management on Costs Stickiness. *Gournal of Iranian Accounting Review*, 2(8), 93-108.

Hassenein, A. & Younis, M. (2020). Cost Stickiness Behavior and Financial Crisis: Evidence From The UK Chemical Industry. *Corporate Ownership & Control*, 17(2), 46-56.

Healy, P.M. (1985). The Effect of Bonus Schemes on Accounting Decisions. *Journal of Accounting and Economics*, 7(1-3), 85-107.

Healy, P.M., & Wahlen, J.M. (1999). A Review of The Earnings Management Literature And Its Implications For Standard Setting. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.156445>, 1-36 (Erişim Tarihi: 20.09.2021).

Hemati, M., & Javid, D. (2017). The Effects of The Earnings Management and Corporate Governance on Expense Stickiness. *International Journal of Accounting Research*, 5(2), 1-6.

Hongren, C.T., Datar, S.M., & Rajan, M.V. (2015). **Cost Accounting: A Managerial Emphasis**. USA: Pearson.

He, J., Tian, W., Yang, H., & Zuo, L. (2020). Asymmetric Cost Behavior and Dividend Policy. *Journal of Accounting Research*, 58(4), 989-1021.

He, D., Teruya, J., & Shimizu, T. (2010). Sticky Selling, General and Administrative Cost Behavior and Its Changes in Japan. *Global Journal of Business Research*, 4(4), 1-10.

Hilton, R.W., Maher, M.W., & Selto, F.H., (2008). **Cost Management: Strategies For Business Decisions**. New York: McGrawHill.

Homburg, C., & Nasev, J. (2008). How Timely are Earnings When Costs are Sticky? Implications for the Link Between Conditional Conservatism and Cost Stickiness. AAA 2009 Management Accounting Section (MAS) Meeting Paper, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1187082> (Erişim Tarihi: 15.12.2021).

Horasan, E., Ağ, A., ve Yılmaz, T. (2020). BİST İmalat Sektöründe Yer Alan İşletmelerde Maliyet Yapışkanlığının İncelenmesi. *Maliye ve Finans Yazıları*, 113, 185-206.

İbrahim, A.E.A. (2015). Economic Growth and Cost Stickiness: Evidence From Egypt. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 13(1), 119-140.

İbrahim, A.E.A., & Ezat, A.N. (2017). Sticky Cost Behavior: Evidence From Egypt. *Journal of Accounting In Emerging Economies*, 7(1), 16-34.

Jackson, S.B. & Pitman, M.K. (2001). Auditors and Earnings Management. *The CPA Journal*. 71(7), 38-44.

Jin, Y. (2017). Does Earnings Management Affect The Cost Stickiness of Corporate?. 7th International Conference on Education, Management, Computer and Society (EMCS 2017), <https://dx.doi.org/10.2991/emcs-17.2017.120> (Erişim Tarihi: 08.12.2021).

Jones, J.J. (1991). Earnings Management During Import Relief Investigations. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193-228.

Kaçar, H. (2022). *BIST Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı Sektörü İtibarıyla Maliyet Yapışkanlığının Panel Veri Analizi ile Test Edilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kara, S., ve Tuna, M. (2018). Kâr Yönetiminin Düzeltilmiş Jones Modeliyle Ölçümü: BIST’te Bir Uygulama. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 54, 97-112.

Karabayır, M.E. (2019). Maliyet Yapışkanlığının Yeniden Gözden Geçirilmesi: Borsa İstanbul İmalat Sanayi Örneği. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 12(2), 317-330.

Karabıyık, H. (2011). *Türkiye’de Firma Büyüklüğü ve Sahiplik Yapısını Etkileyen Sektöre Özgü Firma Belirleyicilerinin Analizi: İMKB’de Sektörel Karşılaştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Atılım Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Karacaer, S. ve Özek, P. (2010). Denetim Firmasının Büyüklüğü ve Kâr Yönetimi İlişkisi: İMKB Şirketleri Üzerinde Ampirik Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 48, 60-74.

Karadeniz, E., Günay, F., ve Koşan, L. (2019). Halka Açık Konaklama İşletmelerinde Maliyet Yapışkanlığının Analizi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(2), 171-181.

Kaygın, C.Y. (2013). *Hisse Senetleri Fiyatlarını Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Analiziyle İncelenmesi: İmalat Sektörü Üzerine Bir Uygulama*. (Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaygusuz, S.Y. ve Dokur, Ş. (2018). *Maliyet Muhasebesi*. Bursa: Dora Yayınevi.

Kokotakis, V., Mantalis, G., Garefalakis, A., Zanidakis, N., & Garefalakis, G. (2013). The Sticky Cost on Greek Food, Beverages and Tobacco Limited Companies. *International Journal of Economics & Business Administration*, 1(2), 49-58.

Kontesa, M., & Brahmana, R.K. (2018). Cost Stickiness Effect on Firm’s Performance: Insights From Malaysia. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, 13(1), 1-19.

Koo, J.H., Song, S., & Paik, T.Y. (2015). Earnings Management and Cost Stickiness. *Advanced Science and Technology Letters*, 84, 40-44.

Kothari, S.P., Leone, A.J., & Wasley, C.E. (2005). Performance Matched Discretionary Accrual Measures. *Journal of Accounting and Economics*, 39(1), 163-197.

Köse, T. ve Ağdeniz, Ş. (2019). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi*. Eskişehir: Nisan Kitabevi.

Küçükkocaoğlu, G., Benli, Y.K., ve Küçüksözen, C. (2007). Finansal Bilgi Manipülasyonunun Tespitinde Yapay Sinir Ağı Modelinin Kullanımı. *İMKB Dergisi*, 36, 1-23.

Küçüksavaş, N. (2006). *Yönetim Açısından Maliyet Muhasebesi*. İstanbul: Kare Yayınları.

Küçüksözen, C. (2004). *Finansal Bilgi manipülasyonu: Nedenleri, Yöntemleri, Amaçları, Teknikleri, Sonuçları ve İMKB Şirketleri Üzerine Ampirik Bir Çalışma*. (Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Lanen W.N., Anderson, S.W. & Maher M.W. (2011). *Fundamentals of Cost Accounting*. United States: Mc Graw-Hill Irwin. New York.

Lazol, İ. (2016). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Lev, B. (1989). On the Usefulness of Earnings and Earnings Research—Lessons and Directions from Two Decades of Empirical Research. *Journal of Accounting Research*, 27, 153-192.

Li, Y. (2018). Earnings Management Motivation and Cost Stickiness- Research Based on Private Equity Placement. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8(1), 597-606.

Magheed, B.A. (2016). The Determines of The Sticky Cost Behavior in the Jordanian Industrial Companies Listed in Amman Stock Market. *Journal of Accounting- Business & Management*, 23(1), 64-81.

Mak, Y.T., & Roush M.L. (1994). Flexible Budgeting and Variance Analysis in an Activity-Based Costing Environment. *Accounting Horizons*, 8(2), 93-103.

Medeiros, O.R., & Costa, P.S. (2004) Cost Stickiness in Brazilian Firms. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=632365 (Erişim Tarihi: 26.02.2021).

Megeid, N.S.A., & El-Deeb, M.S. (2021). Board Characteristics Effect on Cost Stickiness Using Earnings Management as a Mediating Variable “Evidence From Egypt”. *Alexandria Journal of Accounting Research*, 5(2), 1-48.

Mert, İ., ve Baskan, T.D. (2020). Firma Bileşenlerinin Yaratıcı Muhasebeye Etkisi: BIST 50 Endeksindeki Firmalarda İnceleme. *İşletme Akademisi Dergisi*, 1(1), 17-33.

Mo, K., Park, K.J., & Kim, Y. (2018). Ceo Pension and Selling, General and Administrative Cost Stickiness. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(4), 1-22.

Mulford, C.W. & Comiskey, E.E. (2002). **The Financial Numbers Game, Detecting Creative Accounting Practices**. John Wiley & Sons, Inc. USA

Nagasawa, S. (2018). Asymmetric Cost Behavior In Local Public Enterprises: Exploring The Public Interest and Striving For Efficiency. *Journal of Management Control*, 29, 225-273.

Nassirzadeh, F., Saei, M.J., Salehi, M., & Bayegi, S.A.H. (2013). A Study of The Stickiness of Cost of Goods Sold and Operating Costs to Changes in Sales Level in Iran. *Studies in Business and Economics, Lucian Blaga University of Sibiu, Faculty of Economic Sciences*, 8(2), 79-89.

Noreen, E., & Soderstrom, N. (1997). The Accuracy of Proportional Cost Models: Evidence From Hospital Service Departments. *Review of Accounting Studies*, 2, 89-114.

Noreen, E. (2017). Capacity Constraints and Asymmetric Cost Behavior. (22 Haziran 2017). <https://ssrn.com/abstract=2991369> (Erişim Tarihi: 02.01.2021).

Nugroho, P.I., & Endarwati, W. (2014). Do The Cost Stickiness in The Selling, General and Administrative Costs Occur in Manufacturing Companies in Indonesia. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 17(3), 275-290.

Oğuz, S. ve Dinçer, F.C.Y. (2021). OECD Ülkelerinde Eğitim ve Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Bir Panel Veri Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(1), 47-62.

Okka, O. (2018). **Finansal Yönetim: Teori ve Çözümlü Problemler**. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Onay, A., ve Benligiray, S. (2021). Denetçi Görüşlerinin ve Denetim Kalitesinin Kazanç Yönetimi İle İlişkisi: Borsa İstanbul Şirketleri Üzerinde Bir Araştırma. *International Symposium of Scientific Research and Innovative Studies*, 22-25 February 2021, 2612-2630.

Özbek, S. (2018). *İşletmelerin Finansal Yapı ve Kârlılık Oranlarının, Kurumsal Yönetim Endeksi Derecelendirme Notları Üzerine Etkisi: Türkiye’ de Kurumsal Yönetim Endeksine Dahil İşletmeler Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Kütahya: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özel, S. (2010). **Maliyet Muhasebesi**. Ankara: Maliye ve Hukuk Yayınları.

Özer, M. ve Çiftçi, N. (2009). Ar-Ge Harcamaları ve İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 39-50.

Özden, E.A., ve Ataman, B. (2014). Kâr Yönetimi ve Yöntemleri. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11(42), 13-25.

Özkaya, H. (2020). Sticky Cost Behavior : Evidence From Small and Medium Sized Enterprises In Turkey. *Eurasian Business Review*, <https://doi.org/10.1007/s40821-020-00156-8> (Erişim Tarihi: 01.03.2021).

Öztürk, E., ve Zeren F. (2016). Maliyet Yapışkanlığının Geçerliliğinin Test Edilmesi: Borsa İstanbul Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 31-42.

Pamplona, E., Fiirst, C., Jesus Silva, T.B., & Silva Zonatto, V.C. (2016). Sticky Cost In Cost Behavior of The Largest Companies In Brazil, Chile and Mexico. *Contaduría y Administración*, 61(4), 682-704.

Periasamy P. (2010). **A Textbook of Financial Cost and Management Accounting**. Nagpur: Himalaya Publishing House.

Perry, S. & Williams, T. (1994). Earnings Management Preceding Management Buyout Offers. *Journal of Accounting & Economics*, 18(2), 157-179.

Pervan, M. & Pervan, I. (2012). Analysis of Sticky Costs: Croatian Evidence. *Recent Researches in Business and Economics*, July 1(3), 152-157.

Pervan, M. & Pervan, I. (2012). Sticky Costs: Evidence From Croation Food and Beverage Industry. *International Journal of Mathematical Models and Methods In Applied Sciences*, 8(6), 963-970.

Pesaran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels.

Porporato, M., & Werbin, E. (2010). Active Cost Management In Banks: Evidence of Sticky Costs In Argentina, Brazil and Canada. *SSRN Electronic Journal*, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1659228> (Erişim Tarihi: 18.02.2021).

Qin, B., Mohan, A.W. & Kuang, Y.F. (2015). CEO Overconfidence and Cost Stickiness. *Management Control and Accounting*, 2: 26– 32.

Reimer, K. (2017). *Asymmetric Cost Behavior: Implications for the Credit and Financial Risk of a Firm*. Germany,Köln: Springer Gabler.

Ronen, J., & Yaari, V. (2008). Earnings Management. Springer, New York.

Sakarya, Ş., ve Koçak, Z.S. (2016). Kazanç Kalitesi ve Yönetimin İşletmelerin Finansal Performansı Üzerine Etkisi: İSO 500 İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi*, 23(3), 733-749.

Salah, A. (2010). *Earnings Management in The Years Following The Integrated Corporate Income Tax Within Dutch Housing Associations*. Unpublished Master Thesis. Erasmus University Rotterdam.

Salehi, M., Ziba, N., & Gah, A.D. (2018). The relationship between cost stickiness and financial reporting quality in Tehran Stock Exchange. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(9), 1550-1565.

Savcı, M. (2019). *Maliyet Muhasebesi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Sayrani, M., Yeganeh, Y.H., & Zade, A.E. (2018). Evaluation The Relationship Between Cost Stickiness and Corporate Governance. *Journal of Management and Accounting Studies*, 6(1), 27-32.

Schipper, K. (1989). Commentary on Earnings Management. *Accounting Horizons*,3, 91-102.

Septiansyah, T., & Asmara, R.Y. (2021). The Influence of Earnings Management, Intellectual Capital and Capital Intensity Ratio on Sticky Cost Behavior and Their Impact on Accounting Conservatism. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 3(5), 183-193.

Silva, A., Zonatto, V.C., Magro, C., & Klann, R. (2019). Sticky Costs Behavior and Earnings Management. *Brazilian Business Review*, 16(2), 191-206.

Spathis, C.T. (2002). Detecting False Financial Statements Using Published Data: Some Evidence From Greece. *Managerial Auditing Journal*, 17(4), 179-191.

Sobhy, N., & Samy, M. (2021). Board Characteristics Effect on Cost Stickiness Using Earnings Management As a Mediating Variable “Evidence From Egypt”. *Alexandria Journal of Accounting Research*, 2(5), 1-47.

Soenjoto, E.A., & Alfiandri, A. (2019). The Asymmetrical Cost Behavior: Cost Stickiness in Indonesian Listed Manufacturing Companies. *International Journal of Accounting and Taxation*, 7(1), 1-9.

Stolowy, H. & Breton, G. (2000). A review of Accounts Manipulations. Paper for The 23. Annual Congress of European Accounting Association. 29-31 March 2000. pp. 1-66

Styliani, K. (2017). *The Cost Stickiness Phenomenon in Greek Listed Firms*. Master of Science in International Accounting, Auditing and Financial Management, International Hellenic University, Greece.

Subramaniam, C., & Weidenmier, M.L. (2003). Additional Evidence on The Sticky Behavior of Costs. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.369941> (Erişim Tarihi:18.12.2021).

Tatoğlu, F. Y. (2012). **İleri Panel Veri Analizi: Stata Uygulamalı**. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Tatoğlu, F. Y. (2013). **Panel Veri Ekonometrisi: Stata Uygulamalı**. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Tatoğlu, F. Y. (2016). **Panel Veri Ekonometrisi: Stata Uygulamalı**. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Tatoğlu, F. Y. (2018). **İleri Panel Veri Analizi: Stata Uygulamalı**. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Tatoğlu, F.Y. (2020). **Panel Veri Ekonometrisi: Stata Uygulamalı**. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Tek, D.Z. (2012). **İşletme Büyüklüğünün ve Sektörel Farklılıkların Finansal Oranlar Üzerine Etkisi**. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tekin, A., ve Kabadayı, N. (2014). Kazanç Yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 14(1-2), 127-159.

Tekin, E. (2017). **2010-2014 Yılları Arasında Türkiye’de Halka Açık Şirketlerde Manipölasyon Üzerine Beneish Modeli ile Ampirik Çalışma**. (Doktora Tezi). Ankara: Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Temel, E. (2021). Üretim İşletmelerinde Maliyet Analizi: Tuğla Fabrikası Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 28(1), 45-65.

Temiz, H. (2016). **Kâr Yönetimi ve Firma Yatırımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: BİST İmalat Sektörü Örneği**. (Doktora Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Temiz,H., Acar, M., ve İpçi, M.Ö. (2016). Reel Sektör ve Finans Sektöründe Kâr Yönetimi Uygulamaları: Literatür Taraması. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18(1), 237-268.

Tuan, K., ve Borak, M. (2020). Kazanç Yönetimi ve Finansal Performans: Borsa İstanbul Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Sosyoekonomi*, 28(44), 381-393.

Tuo, L. (2015). **Cost Stickiness and Management Earnings Forecast**. A Dissertation Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, The University of Memphis, 54-94.

Tüzüntürk, S. (2007). Panel Veri Modellerinin Tahmininde Parametre Heterojenliğinin Önemi: Geleneksel Phillips Eğrisi Üzerine Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 21 (2), s.1-14.

Uğurlu, M., ve Demir, Y. (2016). Firma Büyüklüğü Anomalisinin Varlığının Bist’te Test Edilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 4(3), 106-116.

Uluyol, O., Lebe, F., ve Akbaş, Y.E. (2014). Firmaların Finansal Kaldıraç Oranları ile Özsermaye Kârlılığı Arasındaki İlişki: Hisseleri Borsa İstanbul (BİST)’da

İşlem Gören Şirketler Üzerinde Sektörler Bazında Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 70-89.

Warganegara, D.L., & Tamara D. (2014). The Impact of Cost Stickiness on the Profitability of Indonesian Firms. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 8(11), 3542-3545.

Wei, F. & Li, W. (2020). The Influence of Enterprise Earnings Management on Cost Stickiness. *5th International Conference on Financial Innovation and Economic Development (ICFIED 2020)*.

Weiss, D. (2010). Cost Behavior and Analysts' Earnings Forecasts. *The Accounting Review*, 85(4), 1441-1471.

Wijayanti, I., Nelwan, A.N., & Mawardi, R. (2022). Sticky Cost Behavior in Agricultural Sector Companies in Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 5(1), 127-133.

Wu, Y.W. (1997). Management Buyouts and Earnings Management. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 12(4), 373-389.

Xu, L.Y., Wang, F. & Hu, Y. (2014). Empirical Research of Cost Stickiness Behavior in Chinese Manufacturing Listed Firms. *5th International Asia Conference on Industrial Engineering and Management Innovation (IEMI 2014)*, 359-360.

Xue, S., & Hong, Y. (2016). Earnings Management, Corporate Governance and Expense Stickiness. *China Journal of Accounting Research*, 9(1), 41-58.

Yalçın, N. (2019). Türkiye'deki Akademik Araştırmalarda Kullanılan İhtiyari Tahakkuk Modellerinin Değerlendirilmesi. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 5(17), 576-591.

Yang, Y. (2019). Do Accruals Earnings Management Constraints and Intellectual Capital Efficiency Trigger Asymmetric Cost Behaviour? Evidence From Australia?. *Australian Accounting Review*, 29(1), 177-192.

Yaşar, A. (2011). *Bağımsız Dış Denetim Kalitesinin Kâr Yönetimi Üzerine Etkisi: İMKB'de Kayıtlı İşletmeler Üzerine Bir Uygulama*. (Doktora Tezi). Adana: Çukurova Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yavuz, N. Ç. (2009). Purchasing Power Parity with Multiple Structural Breaks: Evidence from Turkey. *Economics Bulletins*, 5, 51-53.

Yazarkan, H. ve Yiğit, A. M. (2017). *Asimetrik Maliyet Davranışı Teorisi*. İstanbul: Detay Yayıncılık.

Yerekapan, A., ve Eskin, İ. (2020). Kurumsal Risk Yönetimi ve Firma Büyüklüğünün Firma Performansı Üzerine Etkisi: BİST Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 15(1), 61-74.

Yeşil, S. ve Erşahan, E. (2011). Konaklama İşletmelerinde Stratejik Karar Alma ile Yöneticilerin Demografik Özellikleri ve İşletmelerin Özellikleri İlişkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 317-329.

Yılmaz, Ö. (2022). *Küresel İnovasyon Endeksi Göstergelerinin Bilgi ve Teknoloji Çıktıları Üzerindeki Etkileri: Gelişen Piyasa Ekonomileri İçin Panel Veri Analizi*. (Doktora Tezi). Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Young, S. (1999). Systematic Measurement Error In The Estimation of Discretionary Accruals: An Evaluation of Alternative Modeling Procedures. *Journal of Business Finance and Accounting*, 26(7), 833-862.

Yükçü, S., ve Özkaya, H. (2011). Cost Behavior In Turkish Firms: Are Selling, General and Administrative Costs and Total Operating Costs “Sticky”? *World of Accounting Science*, 13(3), 1-27.

Yükçü, S. (2018). **Yönetim Açısından Maliyet Muhasebesi**. İzmir: Altın Nokta Yayınevi.

Yüksel, H.G. (2022). *Ticaretin Kolaylaşmasının Türkiye’nin Dış Ticaret Akımlarına Etkisi: Panel Veri Analizi*. (Doktora Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zaif, F. (2005). Firma Değeri Açısından Kâr ve Nakit Kavramı: İMKB’de Deneyisel Bir İnceleme. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, (8), 39-48.

Zanella, F., Oyelere, P. & Hossain, S.(2015). Are Costs Really Sticky? Evidence From Publicly Listed Companies In The UAE. *Applied Economics*, 47(60), 6519-6528.

Zanjirdar, M., Madahi, Z., & Kasbi, P.K. (2014). Comparative Analysis of Sticky SGA Costs and Cost of Goods Sold: Evidence From Tehran Stock Exchange. *Management Science Letters*, 4(3), 521-526.

Zhang, Y. (2016). The Stickiness of SG&A Costs, Agency Problems and Competition Intensity. *Business Economics*, <http://hdl.handle.net/2105/33799> (Erişim Tarihi: 21.02.2022).

Zhao, B.J. (2020). Supply Chain Bargaining Power and Cost Stickiness. Southwestern University of Finance and Economics (SWUFE), <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3685994> (Erişim Tarihi:01.03.2021).

Zhong, T., Sun, F., Zhou, H., & Lee, J.Y. (2020). Business Strategy, State-Owned Equity and Cost Stickiness: Evidence From Chinese Firms. *Sustainability* 2020, 12(5), 1850: <https://doi.org/10.3390/su12051850> (Erişim Tarihi: 15.02.2021).

Zor, İ., ve Korga, S. (2020). Türkiye Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartlarının Kazanç Yönetimi Uygulamalarına Etkisi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 86(4), 1-24.

Zulfiati, L., Gusliana, R., & Nuridah, S. (2020). Cost Stickiness: Behavior and Factors. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 127(1), 143-145.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN

Uyruğu: T.C.

Doğum Tarihi ve Yeri:

E-Mail:

Orcid: 0000-0002-4233-8363

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Doktora	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi SBE	2023
Yüksek Lisans	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi SBE	2017
Lisans	Başkent Üniversitesi İİBF İşletme	2015

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

Sevimli Örgün, G. ve Kalay, F. (2018). Entelektüel Sermaye: Teorik Bir İnceleme. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(6), 94-103.

Sevimli Örgün, G. ve Aygün M. (2018). Sahiplik Yapısı ve Kâr Kalitesi: Borsa İstanbul Üzerine Bir İnceleme. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 11(3), 333-348.

Öztürkçü Akçay, A., Sayın H.C. ve Sevimli Örgün, G. (2022). Sahiplik Yapısının Kâr Düzleştirme Uygulamaları Üzerine Etkisi: Borsa İstanbul Uygulaması. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 238-256.

Öztürkçü Akçay, A., Sevimli Örgün, G. ve Sayın H.C. (2022). Firma Yönetim Kurulu Cinsiyet Çeşitliliğinin Temsil Maliyetleri Üzerindeki Etkisi: Borsa İstanbul Örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (96), 37-58.

Sayın H.C., Öztürkçü Akçay, A. ve Sevimli Örgün, G. (2022). Ertelenmiş Gelirlerdeki Değişimlerin Gelecekteki Finansal Performansa Etkileri: Borsa İstanbul'dan Kanıtlar. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15(3), 709-724.

Sevimli Örgün, G., Sayın H.C., Öztürkçü Akçay, A. ve Aygün M. (2022). Genel Müdürün Öğrenim Düzeyi ve Firma Performansı Arasındaki İlişki: Borsa İstanbul Üzerine Bir İnceleme. **Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi**, 57(3), 1765-1780.

Sayın H.C., Öztürkçü Akçay, A. ve Sevimli Örgün, G. (2022). Muhasebe Mesleğini Seçmeme Niyetini Etkileyen Faktörlerin Mantıksal Eylem Teorisi Perspektifinde İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 19(2), 989-1009.

Sevimli Örgün, G. (2022). Kurumsal Yönetim Mekanizmalarının Araştırma ve Geliştirme Giderleri Üzerindeki Etkisi: Borsa İstanbul Üzerine Bir İnceleme. **Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi**, 6(1), 26-39.

Büberkökü, Ö., Kızıldere, C. ve Sevimli Örgün, G. (2022). Döviz Kurları Arasındaki Getiri ve Volatilité Yayılımının İncelenmesi: Türkiye Örneği. **Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İİBF Dergisi**, 7(14), 182-205.

Sevimli Örgün, G. (2023). Likidite Riskinin Banka Performansı Üzerindeki Etkisi: Borsa İstanbul'da Faaliyet Gösteren Bankalar Üzerine Bir İnceleme. **Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 32, 694-711.



VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

LİSANSÜSTÜ TEZ ORJİNALLİK RAPORU

08/03/2023

Tez Başlığı / Konusu:

**MALİYET YAPIŞKANLIĞI İLE KÂR YÖNETİMİ VE FİRMA KARAKTERİSTİKLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİ: BORSA İSTANBUL ÜZERİNE BİR İNCELEME**

Yukarıda başlığı/konusu belirlenen tez çalışmamın Kapak sayfası, Giriş, Ana bölümler ve Sonuç bölümlerinden oluşan toplam 120 sayfalık kısmına ilişkin, 08/03/2023 tarihinde tez danışmanım tarafından Turnitin intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 16 (On altı) dır.

Uygulanan Filtreler Aşağıda Verilmiştir:

- Kabul ve onay sayfası hariç,
- Teşekkür hariç,
- İçindekiler hariç,
- Simge ve kısaltmalar hariç,
- Gereç ve yöntemler hariç,
- Kaynakça hariç,
- Alıntılar hariç,
- Tezden çıkan yayınlar hariç,
- 7 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 7 words)

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Lisansüstü Tez Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılmasına İlişkin Yönergeyi İnceledim ve bu yönergede belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içemediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

08/03/2023
Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN

Adı Soyadı: Gamze SEVİMLİ ÖRGÜN

Öğrenci No: 179213171

Anabilim Dalı: İşletme Anabilim Dalı

Programı : Doktora

Statüsü : Y. Lisans ☐

Doktora ☒

DANIŞMAN

Prof. Dr. Mehmet AYGÜN

08/03/2023

ENSTİTÜ ONAYI

U Y G U N D U R

08/03/2023

Prof.Dr. Bekir KOÇLAR

Enstitü Müdürü