Yaratıcı Muhasebe Uygulamaları Açısından Borsa İstanbul'da İşlem Gören Gıda Sektöründeki Şirketler Üzerine Bir Uygulama

*A Study On Food Sector Firms Listed At Borsa Istanbul In Terms Of
Creative Accounting Practices*

Tuğba DÖLEN

Gazi Üniversitesi
Polatlı Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
Gölbaşı Yerleşkesi, Ankara, Türkiye
tdolen@gazi.edu.tr

Özet

Halka açık olan şirketler, daha az maliyetle kaynak sağlamak, daha az vergi ödemek, daha çok kar dağıtımını yapmak, firma değerinin ve hisse değerlerinin artması amacıyla yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurur. Yaratıcı muhasebe uygulamaları ile finansal bilgi manipülasyonu yapılmakta ve bu durum bilgi kullanıcıların şirketlere duydukları güveni azaltmaktadır. Bu çalışmada, Beneish TR modeli kullanılarak Borsa İstanbul'da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2013-2014 yılları arasında yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurup manipülasyon yapıp yapmadıklarını tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Muhasebe; Yaratıcı Muhasebe Uygulamaları; Finansal Bilgi Manipülasyonu

Abstract

Public companies turn to creative accounting practices to obtain fund at a lower cost, pay less tax, distribute more dividend, and increase their firm and share values. Creative accounting practices are used for financial information manipulation, which reduces the confidence of information users in firms engaged in these activities. This study aims to determine whether or not the food sector firms that have been listed at Borsa Istanbul for at least 10 years turned to creative accounting practices and engaged in manipulation between 2013 and 2014 through the Beneish TR model.

Keywords: Creative Accounting; Creative Accounting Practices; Financial Information Manipulation

Giriş

Finansal tablolarda yer alan bilgilerin doğru, güvenilir ve ihtiyaç sahiplerinin ihtiyacını karşılayacak özelliğe sahip olması gerekmektedir. Bu nitelikleri taşımayan finansal tablolar özellikle halka açık şirketlere duyulan güveni azaltmış ve şirketlerin devamlılığına zarar vermiştir. Finansal bilgilere dayalı olarak karar veren finansal bilgi

kullanıcıları, finansal bilgilerin doğru ve tam olmamasından dolayı büyük zararlara uğramaktadır. Bunun sonucu olarak şirket skandalları ve finansal krizler ortaya çıkmıştır.

Günümüzde halka açık şirketler hisse senetlerini ve firmanın değerini arttırmak için finansal bilgi manipülasyonuna başvurmaktadır. Finansal bilgi manipülasyon yöntemlerinden en çok kullanılan yöntem yaratıcı muhasebedir. Yaratıcı muhasebe şirketlerin muhasebe politikalarındaki esneklik ve boşlukları kullanarak, şirketin finansal durumunu gerçekte olduğundan farklı göstermesi şeklinde tanımlanmaktadır.

Çalışmanın amacı, Borsa İstanbul'da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2013-2014 yılları arasında yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurup manipülasyon yapıp yapmadıklarını ortaya koymaktır. Bu bağlamda çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yaratıcı muhasebe ve uygulamaları, ikinci bölümde konu ile ilgili daha önce yapılmış ulusal ve uluslararası çalışmalarla ilgili bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde ise Beneish TR Modeli kullanılarak çalışmanın amacına yönelik bir uygulama yapılmıştır.

1. Yaratıcı Muhasebe ve Uygulamaları

Literatürde yaratıcı muhasebe kavramıyla ilgili farklı tanımlar mevcuttur. Jameson (1988) yaratıcı muhasebeyi, belirli kuralları kullanarak finansal tabloların gerçekten farklı olarak ilgililere sunulması olarak tanımlamıştır (Jameson, 1988, s. 20).

Yaratıcı muhasebe uygulamaları, genel kabul görmüş muhasebe ilkelerindeki boşluklardan yararlanılarak yapılan birtakım uygulamalardır. Bazen işletmeleri olduğundan daha iyi göstermek, bazen de yöneticiler hakkında iyi bir intiba uyandırmak amacıyla başvurulmuş yaratıcı muhasebe yöntemleri, kısa vadede şirketlere önemli katkılar sağlasa bile orta ve uzun vadede şirket için olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. İşletmeleri yaratıcı muhasebeye iten en önemli sebep, kurumsal yönetim anlayışına sahip olunmamasıdır. Diğer bir deyişle yaratıcı muhasebe uygulamaları, şirket yönetiminin işletme paydaşlarına adil, şeffaf, hesap verebilir ve sorumluluk anlayışına göre bilgi sunmamasından kaynaklanmaktadır (Gacar, 2012, s. 78-79).

Muhasebe kurallarındaki boşlukları kullanarak gerçekleştirilen yaratıcı muhasebe, bağımsız denetime ve şirketlere duyulan güveni azaltmakta bunun sonucunda ise uzun vadede finansal krizlere yol açmaktadır.

Yaratıcı muhasebe uygulamaları, genellikle işletmenin arzu edilmeyen mevcut finansal durumunu ve faaliyet sonuçlarını gizlemek veya değiştirmek için kullanılan yöntem ve yaklaşımların bütününe verilen isimdir. Muhasebe kurallarında bazen birden fazla seçenek sunulur, farklı yöntemler öngörülür, geniş esneklikler tanınır. İşte yaratıcı muhasebe uygulamaları bu yöntem, seçenek ve esneklikleri yalnızca belli kişi veya grupların lehine sonuçlar doğuracak şekilde kullanma anlamına gelir. Asıl amaç işletmelerin mali tablolarını mevzuat ve standartlara uygun olmak koşuluyla öyle bir hazırlamaktır ki, mali tablo kullanıcıları işletmeyi gerçekte olduğundan farklı algılasın ve kararlarını işletmenin mali gerçeklerine göre değil de nasıl algıladıysa öyle göre versin. Dolayısıyla yaratıcı muhasebe uygulamaları esas itibarıyla mali tabloların, işletmenin durumunu olduğundan daha farklı göstermek amacına hizmet eden muhasebe uygulamaları olarak tanımlanabilir (Saltoğlu, 2003, s. 108).

Yaratıcı muhasebe uygulamaları, şirket kazançlarının yıldan yıla istikrarlı bir biçimde artıyormuş gibi bir görünüm kazanmasını sağlamakta, şirket hisse senetlerine talebin; dolayısıyla da şirket hisse senetlerinin piyasa değerinin artmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte şirketler, yıldan yıla artan istikrarlı bir kar görüntüsü ve tabii olarak artan piyasa değeri sayesinde kredi kuruluşlarından ucuz fon temin edebilmektedirler. Ancak, şirketlerin yaratıcı muhasebe uygulamalarından haberdar olunduğunda ise şirket hisse senetleri değer kaybına uğramakta, bu durum da genel ekonomi üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. (Gacar, 2012, s. 78). Bu durum şirketin gelecekte iflas etmesinde rol oynayabilecek, yatırımcıların mağdur olması kadar ülke kaynaklarının da israf edilmesine neden olup ülke ekonomisi üzerinde olumsuz etkileri olabilecektir. Hisse senedi fiyatları, piyasa değerinin temelsiz olduğu durumlarda kaynakların yanlış dağıtımına da neden olmaktadır. Zira yüksek fiyatlar, hisse senetlerine daha fazla yatırım yapılmasına neden olmaktadır. Kaynakların etkin kullanımı engellenmiş olmaktadır (Akyel ve Karaca, 2005, s. 250).

Özellikle halka açık olan şirketler, daha az maliyetle kaynak sağlamak, daha az vergi ödemek, daha çok kar dağıtımını yapmak, firma değerinin ve hisse değerlerinin artması amacıyla yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurur. Yaratıcı muhasebe uygulamaları, finansal bilgi kullanıcılarını yanıltma ve aldatma amacıyla finansal bilgi manipülasyonuna, işletme faaliyetlerin gerçeğe aykırı olarak mali tablolara aktarılmasına, muhasebe skandallarına ve şirketlere duyulan güvenin azalmasına neden olmaktadır.

Yaratıcı muhasebe uygulamaları Şekil 1’de görüldüğü üzere sınıflandırılmaktadır (Ruddy ve Everingham, 2008, s. 48).

Şekil 1. Yaratıcı Muhasebe Uygulamalarının Sınıflandırılması

Yaratıcı muhasebe uygulamalarının biri olan kazanç yönetimi, yöneticilerin işlemlerin oluşturulması sırasında ve finansal raporlama sürecinde verdikleri kararlarla, bazı taraf kesimleri şirketin finansal performansı hakkında yanıltmak ya da kamuya açıklanan kara bağlı sonuçları etkilemek amacıyla finansal tablo ve raporları değiştirmeleri halinde gerçekleşen bir yöntemdir (Avşarlıgil, 2010, s. 23). Kazanç yönetimi, daha çok işletmenin hisse senedi fiyatlarının artması beklentisi, borç sözleşmelerindeki şartlara uyulduğunu gösterebilmek gibi nedenlerden dolayı gerçekleşmektedir. Kazanç yönetimindeki temel hedef, zararları önlemek, kazançlardaki azalmayı önlemek, analist tahminlerini karşılamak, analist tahminlerini geçmek olarak sıralanabilir (Çıtak, 2009, s. 101).

Gelir istikrarlaştırma, kar dağılımının istikrarlı bir yapıya ulaşmasını hedeflemektedir. Karın istikrarlı hale getirilmesi şirket başarısının göstergelerindendir. Bu sebeple şirket yönetimindeki kişilerin çoğu dönemde karlılığın düzenli bir şekilde

artmasını isterler ve şirket hisse senetlerinin değer kazanmasını ve kamunun gözünde yükselen bir itibara sahip olmasını isterler. Yani işletmeler, karın yüksek olduğu dönemlerde düşürülmesi, düşük olduğu dönemlerde ise yükseltilmesine yönelik uygulamalar yaparak finansal bilgi manipülasyonuna neden olmuş olurlar (Avşarlıgil, 2010, s. 25).

Büyük temizlik muhasebesi, şirketlerde yönetimlerin değiştiği dönemlerde, yeni yönetimin bazı verimsiz aktifleri gider yazmak suretiyle bilançosundan çıkarması, böylece bir taraftan geçmiş yönetimin görevde olduğu dönemlerin olduğundan daha zararlı, diğer taraftan gelecek dönemlerin daha karlı olduğu izlenimi yaratılmasına yönelik işlem ve uygulamalardır (Demir ve Bahadır, 2007, s. 113).

Finansal verilerle bilançonun değiştirilmesi, özellikle halka açık şirketlerin hisse senedi fiyatlarını korumak veya arttırmak amacına yönelik şirketlerin iflas etmelerini önlemek için başvurdukları yaratıcı uygulama yöntemlerinden biridir (Konishi, 2010, s. 101).

2. Literatür Taraması

Literatürde yaratıcı muhasebe ve uygulamalarıyla ilgili çalışmalarda hileli mali raporlamada yaratıcı muhasebe, muhasebe skandallarında açısından yaratıcı muhasebe, yaratıcı muhasebe teknikleri, yaratıcı muhasebe stratejileri konuları daha çok ele alınmıştır.

Küçüksözen (2004) tarafından yapılan çalışmada, Beneish (1999) modelini yenileyerek kullanmıştır. Beneish modelini kullanarak hisse senetleri İMKB’de işlem gören şirketlerin yaratıcı muhasebe uygulamaları tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede, Beneish modelinde yer alan değişkenler dikkate alınmış ve modelin Türkiye’deki uygulanabilirliğine bakılmıştır.

Demir (2014) çalışmasında, muhasebede hata ve hile kavramları üzerinde durarak, BİST’de işlem gören spor kulüplerinin Kamu Aydınlatma Platformundan alınan 2012 hesap dönemine ait finansal verilerini incelemiş ve ortaya çıkan sonuçlar muhasebenin temel kavramlarından kişilik kavramı, süreklilik kavramı ve dönemsellik kavramı bakımından kayda değer bulmuştur.

Bayırlı (2006) çalışmasında muhasebe etiği ve yaratıcı muhasebe kavramlarını birlikte ele almıştır. Yaratıcı muhasebe uygulamaları, etik sınırlar içinde kaldığı sürece sermaye piyasalarında katalizör görevi üstlenebildiği ve yaratıcı muhasebenin olmamasının optimal bir çözüm olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çıtak (2009), çalışmasında yaratıcı muhasebe uygulamalarının, hileli finansal raporlama olup olmadığı konusunu ele almış ve yaratıcı muhasebe uygulamaları tekniklerinin neler olduğu, ne amaçlar doğrultusunda yaptığı ve sonuçlarının neler olduğunu açıklamıştır.

Bekçi ve Avşarlıgil (2011), tarafından yapılan çalışmada, Beneish ve Beneish TR modelleri kullanılarak hisse senetleri İMKB’de işlem gören 20 adet tekstil firmasının, finansal tablolar aracılığıyla kullanıcılarına sunduğu finansal karşılaştırması yapılmıştır. Karşılaştırmanın sonucunda da A.B.D ile Türkiye arasındaki farklılıklar ortaya koyulmaya çalışılmış ve aynı sektördeki şirketler arasında bazı kalemlerin dağılımındaki farklılığın giderilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Mutalib, Farayola ve Abdulazeez (2014) tarafından yapılan çalışmada, yaratıcı muhasebe hakkında kavramsal ve tarihsel çerçeve sunulmuş ve yaratıcı muhasebe uygulamalarını ortadan kaldırmanın mümkün olmadığı tespit edilmiştir. Ancak, işletmelerin muhasebe standartlarını benimsemesi ve etik hususlara daha fazla önem vermesi durumunda yaratıcı muhasebe uygulamalarının azaltılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Tassadaq ve Qaisar (2015) tarafından yapılan ampirik çalışmada, yaratıcı muhasebe, denetçilerin rolü ve hükümet düzenlemelerinin rolü gibi finansal raporlamayı etkileyen faktörler üzerinde durulmuştur. Sanayi sektöründe yapılan bir anket sonucu yaratıcı muhasebenin finansal raporlamada önemli rol oynadığı, finansal bilgilerin güvenilirliği ve finansal bilgi manipülasyonu ile uluslararası standartlar ve hükümet düzenlemeleri arasında bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yadau, Kumar ve Bhatia (2014) tarafından yapılan çalışmada, bilançoda yaratıcı muhasebe uygulamalarını azaltmaya yardımcı yollar bulmuştur. Yaratıcı muhasebe uygulamalarının acenta sorunu nedeniyle ortaya çıktığını tespit etmişlerdir.

3. Beneish TR Modeli ile Örnek Bir Uygulama

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı Borsa İstanbul’da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 16 adet firmanın, 2013-2014 yılları arasında yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurup manipülasyon yapıp yapmadıklarını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Beneish TR modeli kullanılarak, modelde belirlenen değişkenler 2013-2014 yıllarında veriler ile hesaplanmıştır. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu ile halka açık şirketlerin bağımsız denetime tabi olmaları ve finansal tablolarını duyurma zorunluluğu ile BİST’te işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 16 adet firmanın 2013-2014 yıllarındaki finansal tablolarına Kamuya Aydınlatma Platformundan ulaşılmıştır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı

Araştırma yöntemi olarak yaratıcı muhasebe uygulamalarının ortaya çıkarılması için karma model olarak geliştirilen Beneish (1999) modelini revize ederek Türkiye’deki halka açık şirketlere uyarlayan Küçüksözen (2004) tarafından geliştirilen Beneish TR modeli kullanılmıştır. Beneish modeli, finansal bilgi manipülasyonu yapan şirketleri belirlemek amacıyla oluşturulan bir modeldir. Bu modelde belirli değişkenler belirlenmiş ve belirlenen bu değişkenler ile şirketlerin finansal tabloları değiştirerek manipülasyon yapıp yapmadıkları belirlenmeye çalışılmıştır (Beneish, 1999, s. 24). Model, belirli finansal veriler kullanılarak 8 adet değişken oluşturmaya dayanmaktadır. Beneish TR modelinde, Beneish (1999) modelinden farklı olarak “stokların satışlara oranı (SSE)” ve “finansman giderlerinin satışlara oranı (FSE)” olarak belirlenen iki adet değişken ilave edilmiş ve “satışlardaki büyüme endeksi (SBE)” değişkeni ülkemizde enflasyon olması nedeniyle dikkate alınmamıştır.

Borsa İstanbul’da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 16 adet firmanın, 2013-2014 yıllarında yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurup manipülasyon yapıp yapmadıklarını ortaya koymak amacıyla Küçüksözen (2004) tarafından uyarlanan Beneish TR modelinde kullanılan 9 adet bağımsız değişkenler:

- Ticari alacaklar endeksi (TAE),
- Brüt kar marjı endeksi (BKM),
- Aktif kalitesi endeksi (AKE),

- Amortisman endeksi (AME),
- Pazarlama, satış, dağıtım ve genel yönetim giderleri endeksi (PSE),
- Kaynak yapısındaki değişim endeksi (KYE),
- Toplam tahakkukların toplam varlıklara oranı (TVE),
- Finansman giderlerinin satışlara oranı (FSE) ve
- Stokların satışlara oranı (SSE) olarak belirlenmiştir.

Araştırma yöntemi olarak Beneish (1999) ve Beneish TR (2004) modellerinin kullanılmasının temel nedeni, modellerde belirlenen değişkenlerin bilanço ve gelir tablosunda yer alan bilgilerden türetilmesi ve iki yıllık finansal tablo verilerinin kullanılmasının yeterli olmasıdır. Yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurarak manipülasyon yapan gıda sektöründe faaliyet gösteren firmalarının tespit edilmesi büyük ölçüde muhasebe standartlarına aykırı işlem yapmalarıyla ilgilidir. Bu nedenle çalışmada, bilanço ve gelir tablosu olan temel finansal tablolarda bulunan veriler kullanılmış ve gıda sektöründe istikrarlı şekilde Borsa İstanbul'da işlem gören şirketler ele alınmıştır.

3.3. Araştırmada Kullanılan Veri Seti

Araştırmada, Borsa İstanbul'da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 16 adet firma tespit edilmiştir. Serbest işlem platformu, ikinci ulusal pazar ve gözüaltı pazarında bulunan firmalar araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Buna göre; ulusal pazarda en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 16 adet firma tespit edilmiştir. Beneish TR uygulamasında, iki yıllık finansal tablo verilerinin kullanılması yeterli olduğundan, çalışmamızda 2013-2014 yılları dikkate alınmıştır. Bu döneme ait Beneish TR modelinde kullanılan 9 adet bağımsız değişkenler ile M_i değerine ulaşılmıştır. M_i değeri, işletmelerin finansal bilgi manipülasyonuna başvurup başvurmadığı ile ilgili bilgi veren bir değerdir.

M_i değerinin elde edilmesi için kullanılan denklem ve katsayıları şu şekildedir (Küçüksözen, 2004, s. 319):

$$M_i = -1,547 + (1,276 * TAE) + (-1,770 * BKM) + (0,082 * AKE) + (0,225 * AME) + (-0,488 * PSE) + (-0,514 * TVE) + (-0,341 * BYE) + (0,972 * SSE) + (0,060 * FSE)$$

Bu denklemden yararlanılarak, herhangi bir şirketin karşılaştırmalı olarak iki yıla ilişkin finansal bilgilerinin yer aldığı finansal tablolarını elinde bulunduran bir yatırımcı, o şirketin finansal bilgi manipülasyonu yapıp yapmadığını tahmin edebilmektedir (Küçüksözen, 2004, s. 482). Borsa İstanbul'da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 16 adet firmanın M_i değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir. M_i değerinin hesaplanması için kullanılan bağımsız değişkenler, KAP'da yayınlanan finansal tablolardaki veriler kullanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 1. Şirketlerin M_i Değerleri

Şirketler	TAE	BKME	AKE	AME	PSE	TVO	BYDE	SSO	FSO	M_i
1	1,1641	1,1109	0,7638	0,7014	0,9380	0,1296	1,0793	0,8722	1,1007	-1,7860
2	0,9273	0,9884	1,2962	0,8439	0,9890	0,0292	0,9446	0,6090	1,6306	-1,9469
3	1,1881	0,9459	0,7254	0,5553	0,9202	0,0716	1,1801	0,7414	1,4397	-1,6020
4	1,0149	0,9141	1,0673	0,4559	1,0189	-0,0445	1,0294	0,8762	0,8044	-1,6053
5	0,7476	1,0778	0,9640	-5,4586	0,9331	0,2563	0,7769	0,9712	0,8013	-3,5098
6	0,9535	0,9827	1,9756	-1,2945	1,0071	-0,1271	0,9805	0,9130	0,4452	-2,0454
7	0,9959	0,9499	1,2690	0,8357	0,9517	0,2394	0,5366	0,1443	0,2655	-2,2799
8	0,5893	-3,7753	0,8370	1,2262	1,4283	0,1368	0,8057	1,2596	0,5784	6,4487
9	0,6606	0,8848	0,9439	0,9509	0,9538	0,7181	0,3655	0,6283	0,0675	-2,3230
10	0,8848	1,0964	0,9124	0,7367	0,8439	0,1344	1,0255	1,0178	0,7023	-1,9173
11	0,7070	2,6209	1,0626	0,3081	0,6540	0,4391	2,0104	1,6054	0,6555	-4,7581
12	0,8875	0,3702	0,6436	-0,9769	0,9248	0,0485	1,0759	0,7225	0,3063	-1,3593
13	2,7923	1,0483	1,2868	41,2163	0,9127	0,2907	1,1644	0,4698	1,2833	9,0813
14	1,8674	2,2870	0,8515	1,5889	1,0121	-0,0669	1,2269	0,7426	1,4938	-2,8514
15	1,0853	0,9915	1,4457	1,0631	0,9803	0,0596	1,0352	0,9864	1,3731	-1,3801
16	0,8550	1,1608	1,8620	0,6870	0,8819	0,1112	0,9197	0,9353	0,1179	-2,0884

Araştırma konusu olan Borsa İstanbul'da en az 10 yıldır işlem gören 16 adet gıda sektöründe faaliyet gösteren firmanın 2013-2014 tarihlerindeki M_i değerlerinin istatistiki olarak doğru sonuç verebilmesi için normal dağılıma uyması gerekmektedir (Bekçi ve Avşarlıgil, 2011, s. 151). Bu nedenle bulunan M_i değerinin normal dağılıma uyup uymadığının test edilmesi gerekir.

Tek değişkenli normallik için uygulanan yaygın analitik testler; Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk W testleridir. Shapiro-Wilk W testi normallik testleri içinde en güçlü testlerdendir (Özdamar, 2011, s. 272). Bu nedenle, çalışmamızda M_i değerinin normal dağılıma uyup uymadığı Shapiro-Wilk W testi normallik testi ile test edilmiştir. Her iki test sonucunda Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Normallik Testleri

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	df	Ortalama	İstatistik	df	Ortalama
M_i Değeri	0,416	16	0,000	0,637	16	0,000

M_i değerlerinin ortalaması her iki testte de 0.05 'den küçük çıkmıştır. “ H_0 : Değişkenlerin dağılımı normaldir” hipotezi, elde edilen olasılık (p) değerine göre ($p < 0,05$), %95 güvenlilikle reddedilmiştir. Buna göre, M_i değerlerinden oluşan veri seti normal dağılmamaktadır. Bu nedenle uç değer analizi yapılmıştır. Uç değerler normal sonuçların elde edilmesini önleyeceği için, tespit edilerek veri setinden

çıkarılabilir (Kalaycı, 2008, s. 10). Bu nedenle, veri setinin normal dağılmasını engelleyen uç değerler saplı kutu grafiğinde tespit edilmiştir.

Şekil 2. Saplı Kutu Grafiği

M_i değerlerinden oluşan veri setinin normal dağılmasını engelleyen veriler; Şekil 1’de görüldüğü üzere 13’üncü, 8’inci ve 11’inci şirketlere ait verilerdir. Bu nedenle, bu şirketler analiz kapsamı dışında bırakılmıştır. Borsa İstanbul’da en az 10 yıldır işlem gören 13 adet gıda sektöründe faaliyet gösteren firmanın 2013-2014 tarihlerindeki M_i değerlerinin normallik test sonuçları Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3. Normallik Testleri

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	df	Ortalama	İstatistik	df	Ortalama
M_i Değeri	0,173	13	0,200	0,898	13	0,127

M_i değerlerinin ortalaması her iki testte de 0.05 ‘den büyük çıkmıştır. “ H_0 : değişkenlerin dağılımı normaldir” hipotezi 0,05’den büyük olması nedeniyle %95 güvenlilikle kabul edilmiştir. Buna göre, Borsa İstanbul’da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 13 adet firmanın M_i değerlerinden oluşan veri setinin normal dağıldığı görülmektedir.

Tablo 4’de M_i değerlerinin tanımlayıcı istatistik verileri yer almaktadır. Buna göre; M_i değerlerinin ortalamasının -2,0534 ve standart sapmasının 0,60029 olduğu görülmektedir. Standart sapmanın ne kadar küçük olması ortalamasının o seriyi o kadar iyi temsil ettiğini gösterir. Çalışmamızda ortalamanın M_i değerlerinden oluşan veri setini iyi temsil ettiği görülmektedir.

Tablo 4. Tanımlayıcı İstatistikler

			İstatistik	Standart Hata
M_i Değerleri	Ortalama		-2,0534	0,16649
	Ortalama için %95 güven aralığı	Alt Sınır	-2,4162	
		Üst Sınır	-1,6907	
	%5 kesilmiş ortalama		-2,0111	
	Medyan		-1,9469	
	Varyans		0,360	
	Standart Sapma		,60029	
	Minimum		-3,51	
	Maximum		-1,36	
	Değişim Aralığı		2,15	
	Çarpıklık		-1,267	0,616
	Basıklık		1,846	1,191

Borsa İstanbul’da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 13 adet firmanın M_i değerlerinden oluşan veri setinin normal değişkene çevrilmesi sonucu elde edilen Z_i değerleri, yaratıcı muhasebe uygulamalarıyla yapılan manipülasyonun gerçekleşme olasılığını vermektedir (Bekçi ve Avşarlıgil, 2011, s. 148). Finansal bilgi manipülasyonun gerçekleşme olasılığını veren Z_i değerleri, 4 temel bölgeye ayrılmaktadır. Buna göre;

- M_i değerlerine karşılık gelen Z_i değerinin 0,15’den daha küçük olması durumunda o şirketin finansal bilgi manipülasyonuna başvurduğuna dair bir bulgunun olmadığı sonucuna ulaşılabilmektedir. (1. Bölge)

- M_i değerlerine karşılık gelen Z_i değerinin 0,15 ile 0,35 aralığında olması halinde, o şirketin finansal bilgi manipülasyonu yapma olasılığının bulunduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. (2. Bölge)

- M_i değerlerine karşılık gelen Z_i değerinin 0,35 ile 0,82 aralığında olması halinde, o şirketin finansal bilgi manipülasyonu olasılığı hakkında ciddi bulguların olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. (3. Bölge)

- M_i değerlerine karşılık gelen Z_i değerinin 0,82’den büyük olması halinde, finansal bilgi manipülasyonu yaptığına dair çok önemli bulgular olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir (Bekçi ve Avşarlıgil, 2011, s. 148-149). (4. Bölge)

3.4. Bulgular ve Yorumlar

Borsa İstanbul’da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 13 adet firmanın yaratıcı muhasebe uygulamalarıyla finansal bilgi manipülasyonu yapma olasılıkları hakkındaki araştırma sonuçları Tablo 5’de yer almaktadır.

Tablo 5. M_i değerleri, Z_i değerleri ve Yorumları

Şirketler	M_i Değeri	Z_i Değeri	Z_i Bölge	Z_i Yorumu
1	-1,7860	0,4455	3	Finansal bilgi manipülasyonu olasılığı hakkında ciddi bulguların olduğu tespit edilmiştir.
2	-1,9469	0,1774	2	Finansal bilgi manipülasyonu yapma olasılığının bulunduğu tespit edilmiştir.
3	-1,6020	0,7520	3	Finansal bilgi manipülasyonu olasılığı hakkında ciddi bulguların olduğu tespit edilmiştir.
4	-1,6053	0,7465	3	Finansal bilgi manipülasyonu olasılığı hakkında ciddi bulguların olduğu tespit edilmiştir.
5	-3,5098	-2,4260	4	Finansal bilgi manipülasyonu yaptığına dair çok önemli bulgular olduğu tespit edilmiştir.
6	-2,0454	0,0134	1	Finansal bilgi manipülasyonuna başvurduğuna dair bir bulgunun olmadığı tespit edilmiştir.
7	-2,2799	-0,3772	3	Finansal bilgi manipülasyonu olasılığı hakkında ciddi bulguların olduğu tespit edilmiştir.
8	-2,3230	-0,4490	3	Finansal bilgi manipülasyonu olasılığı hakkında ciddi bulguların olduğu tespit edilmiştir.
9	-1,9173	0,2268	2	Finansal bilgi manipülasyonu yapma olasılığının bulunduğu tespit edilmiştir.
10	-1,3593	1,1563	4	Finansal bilgi manipülasyonu yaptığına dair çok önemli bulgular olduğu tespit edilmiştir.
11	-2,8514	-1,3292	4	Finansal bilgi manipülasyonu yaptığına dair çok önemli bulgular olduğu tespit edilmiştir.
12	-1,3801	1,1217	4	Finansal bilgi manipülasyonu yaptığına dair çok önemli bulgular olduğu tespit edilmiştir.
13	-2,0884	-0,0582	1	Finansal bilgi manipülasyonuna başvurduğuna dair bir bulgunun olmadığı tespit edilmiştir.

Analiz sonuçları yorumlanırken, analiz kapsamındaki firmaların M_i değerlerinden oluşan veri setinin normal dağılıma çevrilmesi sonucu elde edilen Z_i değerleri dikkate alınmıştır. Z_i değerleri 4 temel bölgeye ayrılmıştır. Buna göre; finansal bilgi manipülasyonuna başvurduğuna dair bir bulgunun olmadığı sonucu 1. Bölge, finansal bilgi manipülasyonu yapma olasılığının bulunduğu sonucu 2. Bölge, finansal bilgi manipülasyonu olasılığı hakkında ciddi bulguların olduğu sonucu 3. Bölge ve finansal

bilgi manipölasyonu yaptığına dair çok önemli bulgular olduğu sonucu 4. Bölge olarak yer almaktadır.

Borsa İstanbul'da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 13 adet firmanın, 2013-2014 yılları arasında yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurup manipölasyon yapıp yapmadıklarını tespit edilmiştir. Buna göre, 13 adet firmanın sadece 2 tanesi için, yaratıcı muhasebe uygulamalarıyla manipölasyon yaptığına ilişkin bir bulguya rastlanmamıştır. 2 tanesinin yapma olasılığının bulunduğu, 5 tanesinin yapma olasılığı hakkında ciddi bulguların bulunduğu ve 4 tanesinin yapma olasılığı hakkında çok önemli bulguların bulunduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Borsa İstanbul'da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 13 adet firmanın 2 tanesi 1. bölgede, 2 tanesi 2. bölgede, 5 tanesi 3. bölgede ve 4 tanesi de 4. bölgede bulunmaktadır.

Sonuç

Yaşanılan şirket skandalları sonrası finansal tablo kullanıcılarının finansal tablolara duydukları güven azalmıştır. Bu şirket skandalları büyük ölçüde finansal bilgilerin gerçeği yansıtmamasından kaynaklanmaktadır. Bu durum halka açık şirketlerin devamlılığını etkilemiştir. Bu nedenle çalışmada gıda sektöründe faaliyet gösteren halka açık şirketlerin Borsa İstanbul'daki işlem süreleri dikkate alınmıştır. Borsa İstanbul'da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren firma sayısı 16 olarak tespit edilmiştir. Bu 16 firmanın 2013-2014 yılları arasında yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurup manipölasyon yapıp yapmadıklarını Beneish TR modeli kullanılarak tespit edilmiştir.

Beneish TR modelinin uygulanması açısından 9 adet bağımsız değişken kullanılarak, gıda sektöründe en az 10 yıldır işlem gören 16 firmanın M_i değerlerine ulaşılmıştır. Bu değerlerin normal dağılması modelin uygulanabilirliği açısından gereklidir. Bu nedenle çalışmamızda M_i değerlerinin normal dağılıma uyup uymadığı test edilmiştir. Veri setinin normal dağılmasını engelleyen 3 firma uç değer analizi ile tespit edilmiş ve araştırma kapsamında tutulmuştur.

Sonuç olarak, Borsa İstanbul'da en az 10 yıldır işlem gören gıda sektöründe faaliyet gösteren 13 adet firmanın, 2013-2014 yılları arasında yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurup manipölasyon yapıp yapmadıklarını tespit edilmiştir. Buna göre, 13 adet firmanın sadece 2 tanesi için, yaratıcı muhasebe uygulamalarıyla manipölasyon yaptığına ilişkin bir bulguya rastlanmamıştır. 2 tanesinin yapma olasılığının bulunduğu, 5 tanesinin yapma olasılığı hakkında ciddi bulguların bulunduğu ve 4 tanesinin yapma olasılığı hakkında çok önemli bulguların bulunduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Tüm bunların ışığında, şirketlerin muhasebe politikalarındaki esneklik ve boşlukları kullanarak yaratıcı muhasebe uyguladıkları düşünülürse, muhasebe politikalarındaki bu boşlukların giderilmesi yaratıcı muhasebe uygulamalarını azaltacaktır. Muhasebe politikalarındaki boşluklar, yasal mevzuat ile desteklenerek sıkı bir denetim sistemi ile giderilebilir. Belirli bir düzenin oluşturulması için muhasebe meslek mensuplarının ve muhasebe elemanlarına ciddi maddi ve manevi yaptırımların getirilmesi gerekmektedir. Bu uygulama, yaratıcı muhasebe uygulamalarına başvurup finansal bilgi manipölasyonu yapan şirket sayısının azalmasına yardımcı olacaktır.

Kaynakça

- Akyel, N., Karaca, N., (2005). “Bağımsız denetim açısından etik ve yaratıcı muhasebe uygulamaları”, Mali Çözüm Dergisi, Cilt.72, Sayı.4, 242-254.
- Avşarlıgil, N., (2010). Finansal tabloların manipülasyonunda yaratıcı muhasebe uygulama teknikleri ve beneish modeli ile bir uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Bayırlı, R., (2006). Yaratıcı muhasebe, etik firma değeri ve örnek bir uygulama, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe-Finansman Bilim Dalı.
- Bekçi, İ., Avşarlıgil, N., (2011). “Finansal bilgi manipülasyonu yöntemlerinden yaratıcı muhasebe ve bir uygulama”, World of Accounting Science, Cilt.13, Sayı. 2, 131-161.
- Beneish, M., (1999). “The detection of earnings manipulation”, Financial Analysts Journal, Vol. 55, No. 5, 24-36.
- Çıtak, N., (2009). “Yaratıcı muhasebe hileli finansal raporlama mıdır?” Mali Çözüm Dergisi, Cilt. 91, Sayı. 1, 81-109.
- Demir, Ş., (2014). “Muhasebe hataları ve hileleri ile bunlara dair yaptırımların yasal mevzuat kapsamında değerlendirilmesi”, World of Accounting Science, Cilt.16, Sayı. 1, 169-193.
- Demir, V., Bahadır, O. (2007). “Muhasebe manipülasyonu yöntemler ve teknikler”, Mali Çözüm Dergisi, Cilt. 84, Sayı. 6, 103-119.
- Gacar, A., (2012). “Ekonomik krizler sonrası yaşanan şirket iflasları ve yaratıcı muhasebe ilişkisi”, Mali Çözüm Dergisi, Cilt. 111, Sayı. 3, 73-83.
- Jameson, M., (1988). A Practical Guide to Creative Accounting, Royal Page, London.
- Kalaycı, Ş., (2008). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Konishi, T., (2010). “Fraud by certified public accountants in japan and the united states”, Asian Journal of Criminology, Vol.5, No. 2, 99-107.
- Küçüksözen, C., (2004). Finansal bilgi manipülasyonu: nedenleri, yöntemleri, amaçları, teknikleri, sonuçları ve İMKB şirketleri üzerine ampirik bir çalışma, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Mutalib, Y.O., Farayola, A.A., Abdulazeez, I., (2014). Creative accounting and earnings management: an investors expectation of financial statement information, Proceedings of the International Academic Conference on Sustainable Development November, 13-14 2014, B.U.K. Lecture Hall, Old Site, B.U.K. Road, Kano.
- Özdamar, K. (2011). Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi, Kaan Kitabevi, Eskişehir.

- Ruddy, T., Everingham, G.K., (2008). “Creative accounting, accounting errors, and the ability of users to detect and adjust for them”, South African Journal of Accounting Research, Vol. 22, No. 1, 45-95.
- Saltoğlu, M., (2003). “Yaratıcı muhasebede özel amaçlı şirketlerin rolü ve enron örneği”, Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi, Cilt.3, Sayı. 10, 107-116.
- Tassadaq, F., Qaisar, A.M., (2015). “Creative accounting and financial reporting: model development and empirical testing”, International Journal of Economics and Financial Issues, Vol. 5, No. 2, 544-551.
- Yadau, B., Kumar, A., Bhatia, B.J. (2014). “Concept of creative accounting and its different tools”, International Journal of Management and Social Sciences Research, Vol. 3, No. 2, 66-74.

A Study On Food Sector Firms Listed At Borsa Istanbul In Terms Of Creative Accounting Practices

Tuğba DÖLEN

Gazi University

Polatlı Social Sciences Vocational School

Ankara, Turkey

tdolen@gazi.edu.tr

Extensive Summary

Information included in financial statements is required to be correct, reliable, and capable of satisfying the needs of those who need it. The financial statements not bearing these qualifications reduce the confidence in especially publicly-held companies and harm their continuity. Financial information users that make decisions based on financial information suffer substantial losses due to incorrect and imperfect financial information. As a result, scandals and financial crises are experienced in companies.

Today some publicly-held companies manipulate information to increase their own value as well as the value of their stocks. Creative accounting is the most commonly used financial information manipulation method. Creative accounting is defined as presenting the financial position of a company differently from its real position by using the flexibility and lacunae in its accounting policies.

Creative accounting practices are the practices performed by taking advantage of the lacunae in generally accepted accounting principles. They are employed to present enterprises better than they actually are sometimes and are utilized to create a good impression about managers some other times. Though they make considerable contributions to companies in the short term, they may give birth to negative results for them in the medium and long term. The most important reason underlying the intention of an enterprise to employ creative accounting is lack of a corporate governance mentality. In other words, creative accounting practices stem from corporate management's not presenting information to the shareholders of the enterprise in a fair, transparent, accountable, and responsible way (Gacar, 2012, p. 78-79).

Especially publicly-held companies turn to creative accounting practices in order to provide fund at a lower cost, pay less tax, distribute more profit, and have a higher firm value and stock value. Creative accounting practices involve financial information manipulation and the transfer of business activities to financial statements contrary to facts in order to mislead and deceive financial information users. They also lead to accounting scandals and reduce confidence in companies.

Creative accounting practices that are performed by making use of the lacunae in accounting rules decrease trust in independent auditing and confidence in companies and therefore give rise to financial crises in the long term.

The purpose of this study is to reveal whether or not 16 food sector firms that have been being traded at Borsa Istanbul (BIST) for minimum 10 years engaged in manipulation by resorting to creative accounting practices between 2013 and 2014. To

this end, The Beneish TR model was used, and the variables specified in the model were calculated based on the data of the years 2013 and 2014. As publicly-held companies are subject to independent auditing and are obliged to announce their financial statements as per the Turkish Commercial Code no. 6102, the financial statements of 16 food sector firms that are traded at BIST belonging to the years 2013 and 2014 were obtained from the Public Disclosure Platform.

The Beneish (1999) and the Beneish TR (2004) models were used as research methodology mainly because the variables specified in these models are derived from the information included in balance sheets and statements of income, and the use of two-year financial statement data was enough. Identification of food sector firms that engage in manipulation by turning to creative accounting practices is largely about their practices against accounting standards. Thus, the data included in basic financial statements such as balance sheets and statements of income were used, and the food sector firms stably traded at BIST were focused on in this study.

16 food sector firms that have been being traded at BIST for minimum 10 years were identified. The firms included in the option platform, second national market, and watch list market were excluded. 16 food sector firms were found to have been being traded at national market for minimum 10 years. Since the use of two-year financial statement data was enough for the Beneish TR model, the years 2013 and 2014 were taken into consideration. Mi value was reached with 9 independent variables used in the Beneish TR for this period. Mi value gives information about whether an enterprise resorts to financial information manipulation.

The equation used for obtaining Mi value and relevant coefficients are presented below (Küçüksözen, 2004, p. 319):

$$Mi = -1.547 + (1.276 * TAE) + (-1.770 * BKM) + (0.082 * AKE) + (0.225 * AME) + (-0.488 * PSE) + (-0.514 * TVE) + (-0.341 * BYE) + (0.972 * SSE) + (0.060 * FSE)$$

If an investor who has the financial statements of a company belonging to two years allowing him to make a comparison between them uses this equation, he can predict whether the company engaged in financial information manipulation (Küçüksözen, 2004, p. 482). The Mi values of 16 food sector firms that have been being traded at BIST for minimum 10 years are presented in Table 1. The independent variables used for the calculation of Mi value were computed by using the data in the financial statements published at Public Disclosure Platform.

Normal distribution had to be ensured to obtain statistically accurate results about the Mi values of 16 food sector firms that have been being traded at BIST for 10 years for the years 2013 and 2014 (Bekçi and Avşarlıgil, 2011, p. 151). Hence, there was a need to test whether the Mi values had normal distribution. The extreme values preventing the normal distribution of the dataset were identified in the boxplot, and 3 firms were excluded from analysis. Kolmogorov-Smirnov and Shapiro-Wilk tests proved the normal distribution of the dataset including the Mi values of 13 food sector firms that have been being traded at BIST for minimum 10 years.

Descriptive statistical data were obtained for the Mi values. The mean of the Mi values was found to be -2.0534, and the standard deviation was calculated to be 0.60029. The lesser the standard deviation is, the better the mean represent the series. It is clear that the mean represents well the dataset composed of Mi values in the present study.

Zi values that were obtained by converting the dataset composed of the Mi values of 13 food sector firms that have been being traded at BIST for minimum 10 years into normal variable yielded the probability of manipulation based on creative accounting practices (Bekçi and Avşarlıgil, 2011, p. 148).

While interpreting the analysis results, Zi values obtained through the conversion of the Mi values of the firms included in analysis into normal variable were taken into consideration. Zi values were divided into 4 main areas. The 1st area refers to no finding indicating that the firms have turned to financial information manipulation; the 2nd area refers to a possibility of financial information manipulation; the 3rd area refers to a considerable possibility of financial information manipulation; and the 4th area refers a very high possibility of financial information manipulation.

This study determined whether 13 food sector firms that have been being traded at BIST for minimum 10 years engaged in manipulation by resorting to creative accounting practices between 2013 and 2014. For only 2 firms out of 13 firms under examination, there was no finding indicating the existence of manipulation through creative accounting practices. Findings indicating a possibility of financial information manipulation were obtained for 2 firms. Findings indicating a considerable possibility of financial information manipulation were obtained for 5 firms. Findings indicating a very high possibility of financial information manipulation were obtained for 4 firms. Of 13 food sector firms that have been being traded at Borsa Istanbul for minimum 10 years, 2 were seen to be in the 1st area, 2 in the 2nd area, 5 in the 3rd area, and 4 in the 4th area.

In the light of all these, it can be said that elimination of lacunae in the accounting policies of firms will reduce creative accounting practices as it is considered that they engage in creative accounting practices by using the flexibility and lacunae in their accounting policies. The lacunae in accounting policies may be eliminated through a strict auditing system supported by legal regulations. Severe material and moral sanctions must be imposed on members of the accounting profession and accounting staff in order to set up a sound order in this matter. This will bring down the number of firms that engage in financial information manipulation by resorting to creative accounting practices.