

3. Hafta

İşletmelerde satış gelirleri

Satış Geliri

İşletmede üretilip - satılan mal ve hizmetlerin karşılığı,



Nicel bir büyüklük olan satış geliri, belirli bir süre içerisinde **satılan mal ve hizmet miktarı ile fiyatlarının çarpımı** olarak tanımlanabilir. Buna göre;

X = Satılan mal/hizmet miktarı (adet, kg, ton, m, m2, m3, gün, hafta, ay, yıl)

P = Fiyat (TL / Birim)

SG = **X Satılan Mal** (Birim / Takvim Zamanı) **X P Fiyat** (TL / Birim)

Satış Geliri

Talep Fonksiyonu

- Satılan ürün miktarı ile satış fiyatı arasında **ters yönlü** bir ilişki vardır.

Satış fiyatı artarsa → satış miktarı azalır.

Satış fiyatı düşerse → satış miktarı artar.

Satış miktarı ile satış fiyatı arasındaki bu ilişki **talep fonksiyonu** ile ifade edilir.

- Satış miktarı (**X**) bağımlı değişken, satış fiyatı (**P**) bağımsız değişken ise talep fonksiyonu

$$X = f(P)$$

- Satış fiyatı (**P**) bağımlı değişken, satış miktarı (**X**) bağımsız değişken ise talep fonksiyonu

$$P = f(X)$$

Satış Geliri

Talep Fonksiyonu

- Talep fonksiyonunda **iki değişken arasındaki ilişki** dikkate alınmaktadır. Diğer etki eden faktörler (*reklam harcamaları, satış sonrası hizmetler, garanti süresi, ödeme koşulları vb.*) sabit kabul edilmektedir. Bunlar;
 - **Satılan ürün miktarı,**
 - **Satış fiyatı.**

- İşletme ürettiği mal ve hizmetler için talep fonksiyonlarını **tahmin etme** ihtiyacı duyar ve çeşitli piyasalara sunacağı mallar / hizmetlerin **miktarı** ile bunların **fiyatları** konusunda kararlar alacaktır.

Talep fonksiyonu analizi

Ceteris Paribus Metodu (*Diğer tüm durumlar sabitken*)

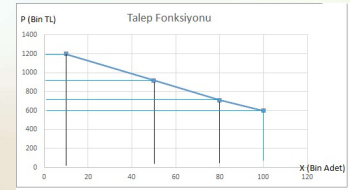
- Malın fiyatı yükseldiğinde, ceteris paribus, talep edilen miktarı düşer**
- Bu ifade, bir mala yönelik efektif taleple o malın fiyatı arasındaki korelasyonu belirlemektedir.
- Talep fonksiyonu;**
 - Her ürün çeşidi ve her piyasa için ayrı ayrı tahmin edilmelidir,**
 - Geçmiş yıllara ait olan **değil geleceğe ilişkin** olanı hesaplanmalıdır,
 - Satış miktarını belirlemede **tek bağımsız değişken satış fiyatıdır.**

Talep fonksiyonu analizi

Ceteris Paribus Metodu (*Diğer tüm durumlar sabitken*)

Örnek: ABC İşletmesi ürettiği fırınlar ile ilgili yaptığı talep analizleri çerçevesinde belirli satış fiyatları üzerinden satabileceği buzdolabı sayısı aşağıdaki gibidir.

SATILABİLECEK FIRIN	
(X) Miktarı (Adet)	(P) Fiyatı (TL)
100	600
80	710
50	920
10	1.200



Talebin fiyat esnekliđi

Satış fiyatı belirli bir yüzde oranında değiştirildiğinde satış miktarında ortaya çıkan değişikliğin bir ifadesidir.

$$e = (-) \frac{\text{Satış miktarında ortaya çıkan yüzde değişikliğin başlangıç satış miktarına oranı}}{\text{Satış fiyatında gerçekleştirilen yüzde değişikliğin başlangıç satış fiyatına oranı}}$$

Veya

$$e = - \frac{\% x}{\% p} \cdot \frac{p}{x}$$

Not: Esneklik oranında pay ve paydadaki değişiklikler ters yönde olduğundan, esneklik negatif işaretli bir değerdir.

Satış fiyatı, marjinal satış geliri ve fiyat esnekliği

Satış fiyatı, piyasalarda arz ve talep tarafından belirlenen bir büyüklüktür.

Marjinal satış geliri, satılan ilave ürünün satış geliri üzerinde meydana getirdiği değişmedir.

Satılan ilave ürün sonucu;

Satış geliri **artıyorsa** marjinal satış geliri **pozitif**,

Satış geliri **düşüyorsa** marjinal satış geliri **negatif**,

Satış geliri **değişmiyorsa** marjinal satış geliri **sıfırdır**.

Satış fiyatı, marjinal satış geliri ve fiyat esnekliği arasındaki ilişki, literatürde AMOROSO-ROBİNSON ilişkiyle genelleştirilmiştir.

$$MSG = p (1 - 1 / e)$$

p=satış fiyatı

e=fiyat esnekliđi