

**ENFLASYONİST ORTAMDA ALACAKLARIN YÖNETİMİ  
(KREDİLİ SATIŞ VE TAHSİLAT)  
VE SİVAS' TA BİR UYGULAMA**

**ABDULLAH ÇAKIR**

**CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

46030

**Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin İşletme  
Anabilim Dalı Muhasebe-Finansman Bilim Dalı İçin Öngördüğü**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Olarak Hazırlanmıştır.**

**Tez Danışmanı**

**Doç. Dr. Kemalettin ÇONKAR**

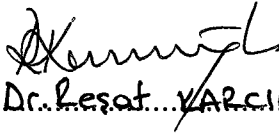
**SİVAS**

**Nisan, 2000**


**TC. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU  
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

## Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

İşbu çalışma, jürimiz tarafından İşletme Anabilim Dalı Muhasebe-Finansman Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan :  Doç. Dr. Reşat YARCIÖZLU.....

Üye :  Doç. Dr. Kemalettin ÇANKAR.....

Üye :  Yrd. Doç. Dr. Hasan EKİNCİ.....

### Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.  
...../...../2000

.....  
Enstitü Müdürü  
**Prof. Dr. Ali ERKUL**  
Enstitü Müdürü

## ÖZET

Enflasyon kişilerin gelir seviyesini ve satın alma gücünü azaltır. Bu yüzden işletmelerin satışları düşer. İşletmeler satışlarını artırmak için farklı satış teknikleri uygularlar. Bu tekniklerden birisi olan kredili satışlar toplam satışların büyük bir kısmını oluşturmaktadır.

Kredili satışların artmasıyla alacaklara yapılan yatırım miktarı da artmakta ve toplam varlıkların büyük bir kısmını oluşturmaktadır.

Eğer bir işletme kredi limiti, kredi vadesi, nakit iskontosu ve tahsilat politikasını çok sıkı belirler ve sadece kredi değerliliği yüksek müşterilerine kredili satış yaparsa, hiçbir zaman değersiz alacak zararı olmayacak ve kredi departmanı için fazla harcamaya katlanmayacaktır. Bunun tersi durumda ise satışlarda kayıplar olabilecektir. Bahsedilen bu durumlar etkin bir alacak yönetimini gerektirmektedir. Özellikle enflasyonist şartlar altında yapılan kredili satışlar konunun önemini daha da artırır.

Bu tezde enflasyonist ortamda alacakların yönetimi (kredili satış ve tahsilat) incelenmiştir. Tezin amacı, enflasyonist ortamda kredili satış ve tahsilat politikalarının belirlenmesi ile etkin bir alacak yönetiminin sağlanmasını ortaya koymaktır.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, enflasyon ve çeşitleri, enflasyonun etkileri, kredi ve ticari kredi anlatılmıştır. İkinci bölümde, enflasyonist ortamda alacak yönetimi politikaları ve planlanması anlatılmıştır. Kredili satışlar ve maliyeti, çalışma sermayesi yatırımları ve yönetimi, alacak yönetiminin amaçları, alacak miktarını etkileyen faktörler, kredi riski, kredi limiti, kredi vadesi, nakit iskontosu ve tahsilat politikalarından oluşan alacak yönetimi politikaları ile enflasyonun bu politikalara etkileri incelenmiştir. Üçüncü bölümde, kredili satış talebinin değerlendirilmesi, alacakların izlenmesi ve kontrolü, tahsilat yöntemleri ve enflasyonun bunlara etkileri incelenmiştir. Dördüncü bölümde, Sivas'ta faaliyet gösteren işletmelerin kredili satış ve tahsilat politikalarının enflasyonist ortamda uygulanmasına ilişkin bir araştırmaya yer verilmiştir.

## **SUMMARY**

**Inflation diminishes people's level of income and purchasing power. Therefore business' sales decrease. Business apply different sales techniques to increase their sales. Credit sales which is one of sales techniques constitute a big part of total sales.**

**As credit sales increase, amount of the investment on accounts receivables increase also and accounts receivables constitute a big part of total assets.**

**If a business determines a very hard credit limit, credit period, cash discount and collection policy, and makes credit sales to only the customers whose credit value is the strongest, it will never have bad debt losses and it will not incur much in the way of expenses for a credit department. In reverse situation, there may be losses in sales. These situations that are explained require an effective accounts receivable management. Especially credit sales which are made under inflationary conditions also increase the importance of the subject.**

**In this thesis, management of accounts receivables (credit sales and collection) under inflationary conditions is studied. The aim of this thesis is to make clear and determine the credit sales and collection policies, and providing an effective account receivable management under inflationary conditions.**

**This study consists of four chapters. In the first chapter, inflation, kinds of inflation, effects of inflation, credit and trade credit are explained. In the second chapter, the policies of accounts receivable and planning are studied. We examined in detail that credit sales and their cost, the investment and the management of working capital, the aims of accounts receivable management, the factors that affect amount of accounts receivable, the policies of receivable management that are credit risk, credit limit, credit period, cash discount and collection and effects of inflation on these policies are studied. In the third chapter, evaluation of credit sales demand, following and controlling of accounts receivable, the methods of collection and effects of inflation on these are examined in detail. In the fourth chapter, a research has been included that relates applying of credit sales and collection policies under inflationary conditions in business' which are working in Sivas.**

## İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
- ÖZET .....	I
- SUMMARY .....	II
- İÇİNDEKİLER .....	III
- TABLOLAR ve ŞEKİLLER LİSTESİ .....	X
- GİRİŞ .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### ENFLASYON, ENFLASYONUN ETKİLERİ, KREDİ VE TİCARİ KREDİ

1.1. ENFLASYON VE ETKİLERİ .....	5
1.1.1. Enflasyon .....	5
1.1.2. Enflasyon Çeşitleri .....	6
1.1.2.1. Talep Enflasyonu .....	6
1.1.2.2. Maliyet Enflasyonu .....	6
1.1.2.3. İthal Enflasyonu .....	7
1.1.3. Enflasyonun Ekonomiye Etkileri .....	7
1.1.3.1. Gelir Dağılımına Etkisi .....	7
1.1.3.2. Tasarrufa Etkisi.....	8
1.1.3.3. Yatırımlara (Kaynak Dağılımına) Etkisi .....	8
1.1.3.4. Dış Ticarete (Dış Ödemeler Bilançosuna) Etkisi .....	8
1.1.3.5. Diğer Etkileri .....	9
1.1.4. Enflasyonun İşletmelere Etkileri .....	9
1.1.4.1. İşletme Sermayesi Yönetimine Etkisi .....	10
1.1.4.2. Sermayenin Aşınması ve Kaynak İhtiyacının Artması .....	12
1.1.4.3. Finansal Planlamanın Zorlaşması .....	13
1.1.4.4. Yatırım Kararlarına Etkisi .....	14
1.1.4.5. Faaliyet Sonuçlarına ve Finansal Tablolara Etkisi .....	15
1.1.4.6. Dönemler ve Benzer İşletmeler Arası Mukayeseye Etkisi .....	15
1.1.4.7. Diğer Etkileri .....	16
	17

1.2. KREDİ VE KREDİ TÜRLERİ .....	
1.2.1. Kredi Kavramı ve Türleri .....	17
1.2.1.1. Kredinin Tanımı .....	17
1.2.1.2. Kredi Türleri .....	18
1.2.2. Ticari Kredi .....	20
1.2.2.1. Ticari Kredinin Tanımı .....	20
1.2.2.2. Ticari Kredinin İşletmeler İçin Önemi .....	21
1.2.3. Tüketici (Perakendeci) Kredileri .....	22

## İKİNCİ BÖLÜM

### ENFLASYONİST ORTAMDA ALACAK YÖNETİMİ POLİTİKASI VE PLANLAMASI

2.1. KREDİLİ SATIŞLARDAN KAYNAKLANAN ALACAKLARIN ÇALIŞMA SERMAYESİ İÇİNDEKİ YERİ .....	24
2.1.1. Kredili Satışlar .....	24
2.1.1.1. Kredili Satışın Tanımı .....	24
2.1.1.2. Kredili Satışların Faydaları ve Sakıncaları .....	25
2.1.1.2.1. Kredili Satışların Faydaları .....	25
2.1.1.2.2. Kredili Satışların Sakıncaları .....	26
2.1.1.3. Kredili Satışlarda Kullanılan Ödeme Araçları .....	27
2.1.1.3.1. Belgeye Bağlanan Satışlar .....	27
2.1.1.3.2. Belgeye Bağlanmayan Satışlar (Açık Hesap) .....	29
2.1.2. Kredili Satışların Maliyeti ve Enflasyonun Etkileri .....	29
2.1.2.1. Kredili Satışların Maliyeti .....	29
2.1.2.1.1. Kaynak Maliyeti .....	29
2.1.2.1.2. Personel Maliyeti .....	30
2.1.2.1.3. Hizmet Maliyeti .....	30
2.1.2.1.4. Kullanılan Ekipmanın Maliyeti .....	30
2.1.2.1.5. Tahsilat Maliyeti .....	30
2.1.2.1.6. Değersiz Alacakların Maliyeti .....	31
2.1.2.2. Enflasyonunun Kredili Satışların Maliyetine Etkileri .....	31

2.1.3. Çalışma Sermayesi Yatırımları ve Çalışma Sermayesi Yönetimi .....	34
2.1.3.1. Çalışma Sermayesi Kavramı ve Duran Varlıklarla İlişkisi .....	35
2.1.3.1.1. Çalışma Sermayesi Kavramı .....	35
2.1.3.1.2. Çalışma Sermayesi ile Duran Varlıklar İlişkisi .....	36
2.1.3.1.3. Enflasyonun Çalışma Sermayesine Etkileri .....	37
2.1.3.1.4. Enflasyonun Çalışma Sermayesine Etkilerinin Ölçülmesi .....	39
2.1.3.2. Çalışma Sermayesinin Yapısal Özellikleri .....	40
2.1.3.2.1. Kısa Hayat Süresi .....	40
2.1.3.2.2. Dönüşüm Halinde Olma .....	40
2.1.3.2.3. Üç Temel Faaliyet Bağlantısı (Üretim-Satış- Tahsilat) .....	41
2.1.3.3. Çalışma Sermayesi Yönetimi .....	41
2.1.3.3.1. Çalışma Sermayesi Yönetiminin Özellikleri .....	42
2.1.3.3.1.1. Dönen Varlıkların Yapısal Niteliklerinden Doğan Özellikler .....	42
2.1.3.3.1.2. Dönen Varlıklar Kadar Kısa Vadeli Yabancı Kaynakların da Göz Önünde Tutulması Zorunluluğu .....	43
2.1.3.3.2. Çalışma Sermayesi Yönetiminin Temel Amaçları .....	43
2.1.3.3.3. Çalışma Sermayesi Düzeyinin Belirlenmesi .....	44
2.1.3.3.3.1. Çalışma Sermayesi Düzeyini Etkileyen Faktörler .....	44
2.1.3.3.3.2. Optimal Çalışma Sermayesi ve Optimal Çalışma Sermayesi Miktarının Belirlenmesi .....	45
2.1.3.3.3.2.1. Optimal Çalışma Sermayesi Miktarının Belirlenmesinde Karlılık ve Risk Faktörleri .....	45

2.1.3.3.3.2.2. Optimal Çalışma Sermayesi Düzeyinin Korunması .....	46
2.1.3.3.4. Çalışma Sermayesi Finansmanı .....	47
2.1.3.3.5. Çalışma Sermayesi Yönetiminde Nakit Akışlarının Önemi .....	48
2.1.3.3.6. Çalışma Sermayesi Unsuru Olarak Alacaklar .....	50
2.1.4. Alacak Yönetiminin Amaçları .....	51
2.1.4.1. Likit Yapıyı Korumak .....	51
2.1.4.2. Alacaklardaki Yatırımı Emniyet Altına Almak .....	51
2.1.4.3. Karı Artırmak .....	52
2.1.5. Alacaklara Yapılan Yatırım Miktarını Etkileyen Faktörler .....	52
2.1.5.1. Kontrol Edilemeyen Faktörler .....	52
2.1.5.1.1. Kontrol Edilemeyen Faktörlerin Alacak Yatırımına Etkileri .....	52
2.1.5.1.1.1. Satış Hacmi .....	52
2.1.5.1.1.2. Satışların Yıl İçindeki Dağılımı .....	52
2.1.5.1.1.3. Satılan Mal veya Hizmetin Özelliği .....	53
2.1.5.1.1.4. Ekonomik Konjonktür .....	53
2.1.5.1.1.5. Rekabet Durumu .....	54
2.1.5.1.2. Enflasyonun Kontrol Edilemeyen Faktörlere Etkileri	54
2.1.5.2. Kontrol Edilebilen Faktörler .....	55
2.1.5.2.1. Kontrol Edilebilen Faktörlerin Alacak Yatırımına Etkileri .....	55
2.1.5.2.1.1. İşletmenin Büyüklüğü .....	55
2.1.5.2.1.2. Kredili Satış Şartları ve Politikası .....	55
2.1.5.2.1.3. Alacakların Tahsilatında Etkinlik ve Tahsilat Politikası .....	56
2.1.5.2.1.4. Alacak Senetlerinin Kullanılma Derecesi	56
2.1.5.2.1.5. Müşterilerin Nitelikleri ve Kredi Limitleri .....	56



2.1.5.2.2. Enflasyonun Kontrol Edilebilen Faktörlere Etkileri ...	57
2.1.6. Alacak Yönetimi Politikalarının Belirlenmesi .....	57
2.1.6.1. Ödenmeme Riskinin ve Kabul Edilebilir Riskin Analizi .....	57
2.1.6.1.1. Kredi Riski .....	57
2.1.6.1.2. Kabul Edilebilir Risk Kategorileri .....	58
2.1.6.1.3. Enflasyonun Kredi Riski ve Risk Kategorilerine Etkileri .....	60
2.1.6.2. Kredi Limitinin Belirlenmesi .....	61
2.1.6.2.1. Müşteri ile İlgili Olanlar .....	61
2.1.6.2.2. Kredili satış Yapan Firma ile İlgili Olanlar .....	63
2.1.6.2.3. Enflasyonun Kredili Satış Limitinin Belirlenmesine Etkisi .....	64
2.1.6.3. Kar ve Maliyet Analizleri ile Kredili Satışın Vadesi, Nakit İskontosu ve Tahsilat Politikalarının Belirlenmesi .....	65
2.1.6.3.1. Kredili Satışın Vadesi ile İlgili Analizler .....	66
2.1.6.3.2. Nakit İskontosu ile İlgili Analizler .....	74
2.1.6.3.3. Tahsilat Politikası ile İlgili Analizler .....	81
2.1.6.3.4. Enflasyonun Kredili Satışın Vadesi, Nakit İskontosu ve Tahsilat Politikası ile İlgili Analizlere Etkileri .....	86

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### ALACAK YÖNETİMİ POLİTİKALARININ UYGULANMASI VE UYGULAMA SONUÇLARININ İZLENMESİ

3.1. KREDİ TEKLİFİNİN GELMESİ VE KREDİLİ SATIŞA KARAR VERME SÜRECİ .....	89
3.1.1. Kredi Teklifinin Gelmesi .....	89
3.1.2. Müşterinin Kredi Riskinin Belirlenmesinde Temel Faktörler .....	90
3.1.2.1. Karakter .....	90
3.1.2.2. Kapasite .....	90
3.1.2.3. Kapital .....	91
3.1.2.4. Koşullar .....	92

3.1.2.5. Karşılık .....	93
3.1.3. Müşteri Hakkında Bilgi Toplanması .....	93
3.1.4. Kredili Satış Analizleri .....	94
3.1.4.1. Geleneksel Kredi Analizi .....	94
3.1.4.2. Aşamalı Kredi Analizi .....	96
3.1.4.3. Puanlama Yoluyla Kredi Analizi .....	98
3.1.5. Kredili Satışın Riski ve Riskin Ölçülmesi .....	101
3.1.5.1 Kredili Satışın Riski .....	101
3.1.5.2 Kredili Satışın Riskinin Ölçülmesi .....	103
3.1.6. Kredili Satış Kararı .....	110
3.1.7. Enflasyonun Kredili Satış Sürecine Etkileri .....	111
3.2. MÜŞTERİ HESAPLARININ İZLENMESİ ve ENFLASYONUN ETKİLERİ .....	114
3.2.1. Müşteri Hesaplarının İzlenmesi .....	114
3.2.2. Enflasyonist Ortamda Müşteri Hesaplarının İzlenmesi .....	115
3.3. TAHSİLAT YÖNTEMLERİ .....	116
3.3.1. Hesap Özeti Göndererek Tahsilat .....	116
3.3.2. Mektup, Telefon, Faks, Telgraf vb. Yollarla Tahsilat .....	117
3.3.3. Kredi Kartı ve Elektronik Fon Transfer Sistemleri ile Tahsilat .....	117
3.3.4. Firma Elemanı veya Üçüncü Kişi ve Kuruluşlar Yardımı ile Tahsilat ....	118
3.3.5. Toplama Bankacılığı ve Posta Kutusu Sistemi ile Tahsilat .....	119
3.3.6. Karşı Ticaret Yolu ile Tahsilat .....	120
3.3.7. Alacakların Cirosu ve Devri ile Tahsilat .....	120
3.3.8. Enflasyonist Ortamda Tahsilat Yöntemleri .....	121
3.4. MÜŞTERİ HESAPLARININ KONTROLÜ .....	121
3.4.1. Rasyoların Hesaplanması (Rasyo Yardımıyla Alacak İzleme) .....	123
3.4.2. Alacakların Yaşlandırılması .....	125
3.4.3. Nakit Akışlarının İzlenmesi .....	128
3.4.4. Şüpheli Alacakların Ayıklanması .....	128
3.4.5. Alacakları Değerleme ve Şüpheli Alacakların Kara Etkisi .....	128
3.4.6. Enflasyonist Ortamda Müşteri Hesaplarının Kontrolü .....	129

3.5. POLİTİKALARIN YENİDEN YAPILANDIRILMASI .....	131
3.5.1. Politikaların Yeniden Yapılandırılması .....	131
3.5.2. Enflasyonist Ortamda Politikaların Yeniden Yapılandırılması .....	132
3.6. POLİTİKALARDA ETKİNLİĞİ SAĞLAMA VE POLİTİKALARDA ETKİNLİĞİ ARTIRICI BİR MODEL .....	133
3.6.1. Politikalarda Etkinliği Sağlama .....	133
3.6.2. Politikalarda Etkinliği Artırıcı Bir Model .....	135
3.6.3. Enflasyonist Dönemlerde Politikalarda Etkinliği Artırmak İçin Alınacak Önlemler .....	137

#### **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

#### **SİVAS' TA FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERİN KREDİLİ SATIŞ VE TAHSİLAT POLİTİKALARININ ENFLASYONİST ORTAMDA UYGULANMASINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA**

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ .....	140
4.2. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI VE SINIRLARI .....	141
4.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE KULLANILAN YÖNTEM .....	142
4.4. BULGULAR VE YORUM .....	142
SONUÇ .....	147
YARARLANILAN KAYNAKLAR .....	151

EK : Anket Formu

## TABLOLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 1: Kredi Değerlilikleri Açısından Müşteri Sınıfları .....	59
Tablo 2: İlk-Ay A.Ş. Satış Tahminleri ve Olasılıkları .....	71
Tablo 3: Satış Fiyatının Vadelere Göre Peşin Değerleri .....	71
Tablo 4: Vadelere Göre Kredili Satışların Karlılığı .....	72
Tablo 5: Vadelere Göre Şüpheli Alacak Oranları .....	73
Tablo 6: Vadelere Göre Net Satışlar .....	73
Tablo 7: Müşteri Kredi Puan Tablosu .....	99
Tablo 8: Tahsilat Sürelerinin İhtimal Dağılımları .....	104
Tablo 9: Tahsilat Harcamaları ve Katlanılacak Maliyetler .....	105
Tablo 10: İskontodan Sonra Ele Gececek Alacağın Şimdiki Değeri .....	105
Tablo 11: Vade İçerisinde Yapılan Tahsilatın Şimdiki Değeri .....	105
Tablo 12: Tahsilat Harcamalarından Sonra Geç Tahsilatın Şimdiki Değeri ....	106
Tablo 13: Değersiz Alacak Durumunda Firma Kayıplarının Şimdiki Değeri ..	106
Tablo 14: Şarta Bağlı Beklenen Şimdiki Değerler (Ş.B.B.Ş.D.) .....	107
Tablo 15: Şarta Bağlı Beklenen Şimdiki Değerlerin (Ş.B.B.Ş.D.) Standart Sapmasının Bulunuşu .....	108
Tablo 16: Alacakların Yaşlandırılması .....	125
Tablo 17: Vadesi Geçen Alacağın Peşin Değerinin ve Satın Alma Gücü Kaybının Bulunuşu .....	130
Tablo 18: Ankete Katılan İşletmelerin İlk Kez Kredili Satış Yapacakları Müşterileri Hakkında Araştırma ve İnceleme Yaptıklarına İlişkin Dağılım .....	143

Tablo 19: Ankete Katılan İşletmelerin Kredili Satışlarda Enflasyonun Etkilerini Giderici Olarak Aldıkları Önlemlere İlişkin Dağılım .....	143
Tablo 20: Ankete Katılan İşletmelerin Enflasyonun Vadenin Daha da Uzatılmasına Neden Olduğuna Katılmalarına İlişkin Dağılım .....	144
Tablo 21: Ankete Katılan İşletmelerin Tahsilatı Hızlandırmak İçin Neler Yaptıklarına İlişkin Dağılım .....	145
Tablo 22: Ankete Katılan İşletmelerin Kredili Satışlarda Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Dağılım .....	146
Tablo 23: Ankete Katılan İşletmelerin Alacakların Tahsilinde Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Dağılım .....	146

## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Şekil 1: Çalışma Sermayesi-Duran Varlıklar İlişkisi .....	36
Şekil 2: Çalışma Sermayesi Döngüsü .....	40
Şekil 3: Bir Firmanın Fon Akışları .....	49
Şekil 4: Çalışma Sermayesi Kalemlerinin Değişimi .....	49
Şekil 5: Şüpheli Alacak Zararları ve Tahsilat Harcamaları Arasındaki İlişki ..	83
Şekil 6: Geleneksel Kredi Analizi .....	95
Şekil 7: Aşamalı Kredi Analizi .....	97
Şekil 8: Etkin Olmayan Kredi Toplama Grafiği .....	127

## GİRİŞ

Son yüzyılda yeni üretim teknolojilerinin gelişmesi ve yoğun rekabet ortamı, üretimde belirli bir kalite düzeyinin yakalanmasına ve üretim hacminin artmasına neden olurken başta enflasyonun gelir dağılımını bozucu etkisi nedeniyle talebin de sınırlı oluşu ve tüketicilerin ödeme güçlüğü çekmeleri, üreticileri satışlarını artırmada yeni uygulamalara mecbur bırakmıştır. Tam kapasite çalışmak, stok birikimini önlemek, pazar paylarını artırmak veya en azından koruyabilmek, yoğun rekabet ortamında satışlarını artırmak isteyen işletmeler, kredili satışlara baş vururken tüketiciler de sınırlı gelirleriyle özellikle yüksek fiyatlı mal ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kredili mal alımlarına yönelmiştir.

Tüketicileri kredili mal alımlarına sevk eden nedenler, dağıtım kanalı içindeki toptancı ve perakendeci işletmeleri de üreticilerden kredili mal alımına itmektedir.

Böylece kredili satışlar ticari hayatta oldukça önemli bir yer edinmiştir.

Üretici işletmeler için kredili satış yapılan müşteri daima ticari bir işletme (toptancı) iken, toptancı işletmeler için kredili satış yapılan müşteri bazen ticari bir işletme (perakendeci) bazen de bir tüketici olmaktadır. Perakendeci işletmeler için kredili satış yapılan müşteri ise daima bir tüketici olmaktadır.

Kredili satışlar, satıcı işletmeler için bazı sorunları da beraberinde getirir.

Tamamlanan bir kredili satış, işletme için doğan bir alacak olmaktadır. Alacaklar ise bilanço varlıkları arasında yönetimi en zor olan bilanço kalemlerin başındadır. Çünkü diğer varlıklar ağırlıklı olarak işletmenin kendi kontrolünde iken alacak yatırımlarında diğer tarafta borçlular bulunmaktadır ve yalnızca işletmenin kontrol edebileceği bir varlık değildir.

Alacaklar, kredili satış yapılacak müşteriye kullandırılan fon olduklarından, işletmeler kaynak maliyeti ile karşılaştıkları gibi alacağa bağlanan fonların alternatif alanlardan elde edilebilecek gelirden de mahrum kalacaktır.

Alacaklar, tahsil edilememe veya geç tahsilat nedeniyle riski de beraberinde getirmektedir. Enflasyonun tüketiciler üzerindeki olumsuz etkileri nedeniyle

tahsilattaki gecikmeler daha da artmaktadır. Ayrıca geciken tahsilat için yapılacak tahsilat masrafları da önemli bir sorun olarak işletmelerin karşısındadır.

Enflasyonist dönemlerde kredili satışın vadesini ve limitini belirlemede de zorluklar yaşanmaktadır. Vadenin uzamasıyla alacağın satın alma gücü daha da düşmektedir. Alacak limiti geniş tutulduğunda satın alma gücü kayıpları önemli tutarlara ulaşmakta ve belki de karlılığı engellemektedir.

Ülkemizde enflasyonla ilgili olarak, farklı kurumlarca farklı oranların yayınlanması nedeniyle yayınlanan enflasyon oranlarına güvenilmemesi ve enflasyonun değişken seyir izlemesi nedeniyle ilerleyen dönemlerle ilgili enflasyon tahminlerinin yapılamaması gibi iki tür belirsizlik söz konusudur. Bu doğrultuda enflasyonist ortamda maliyet ve satış fiyatlarının, alacağa bağlanan kaynak maliyetinin, kaynağın alternatif kullanım alanlarından elde edilecek gelirin, tahsil edilemeyen ve geç tahsil edilen alacağın maliyetinin, tahsilat harcamalarının gerçek değerinin sağlıklı bir şekilde hesaplanması da zorlaşmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, enflasyonun kredili satışlar ve alacaklar üzerindeki bahsedilen etkilerinden dolayı genel olarak kredili satışlar ve alacakların tanıtımı, enflasyonun etkileri, enflasyonun yoğun bir şekilde yaşandığı ülkemizin sanayileşmesi çok düşük bir ili olan Sivas' ta uygulanan alacak yönetimi politikaları ile karşılaşılan sorunların incelenmesidir.

Ayrıca bu çalışma ile,

Kredili satışların fayda ve sakıncaları, kredili satışların maliyeti ve enflasyonun kredili satışların maliyetine etkilerinin ne olduğu,

Enflasyonun çalışma sermayesine etkilerinin ortaya konulması,

Enflasyonist ortamda kar ve maliyet analizleri ile kredili satışın vadesinin ve özel vadelerin nasıl olacağı,

Enflasyonist ortamda kar ve maliyet analizleri ile kredili satışlarda nakit iskonto uygulamasının avantaj ve dezavantajlarının ne olduğu,

Enflasyonist ortamda kar ve maliyet analizleri ile tahsilat politikasının ortaya konulması,

Kredili mal alımı teklifinde bulunan müşterilerin riskinin belirlenmesi ve çeşitli analiz yöntemleriyle analiz edilmesi,

Alacakların izlenmesi ve kontrolünde yararlanılabilecek yöntemler ile izlenebilecek tahsilat yöntemlerinin ortaya konulması,

Sivas' ta üretici işletmeler üzerinde yapılan bir araştırma ile işletmelerin kredili satışlar konusundaki genel yaklaşımları, kredili mal alımı talebinde bulunan müşterilerle ilgili araştırma ve değerlendirmeleri, enflasyonun kredili satışlar üzerindeki etkilerini gidermek amacıyla hangi önlemleri aldıkları, kredili satış limitini ve vadesini belirlemedeki yaklaşımları, tahsilatı hızlandırmak için neler yaptıkları, tahsilatta hangi yöntemleri kullandıkları, alacakların kontrolünü yapıp yapmadıkları ve kontrolde hangi yöntemleri kullandıkları, kredili satış ve alacak tahsilatında karşılaştıkları sorunları ortaya koymaya çalışmak amaçlanmıştır.

Türkiye' de enflasyonun genel olarak işletmelere etkilerini ele alan, uygulamada karşılaşılan sorunlara çözüm önerileri getiren, özellikle de kreili satışlar ve alacaklar konusunda yeterli yayının olmaması ve işletmelerin izleyecekleri yolları bilmemesi çalışmayı sınırlamıştır.

Ayrıca işletmelerin kredili satışlar ve tahsilat konularında ve özellikle de enflasyon ortamında izlenecek politikalar konusunda yeterince bilgi sahibi olmamaları, satış ve diğer işletme içi bilgilerini açıklamak istememeleri bilgi toplamada sınırlayıcı olmuştur.

Çalışmanın teorik ve uygulama yönünün olması nedeniyle, çalışma hem literatür taramasına hem de durum belirleyici (tanıtıcı) araştırmalara dayalıdır. Çalışma, elde edilen veriler ışığında gerçek durumu yansıtmaktadır.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır:

Çalışmanın birinci bölümünde, enflasyon, enflasyonun ekonomi ve işletmelere etkilerine değinilmiş, kredi ve ticari kredi tanıtılmıştır.



İkinci bölümde, kredili satışlar, kredili satışların fayda ve sakıncaları, kredili satışlarda kullanılan ödeme araçları, kredili satışların maliyeti ve enflasyonun kredili satışların maliyetine etkileri ele alınmıştır. Kredili satışlardan doğan ve çalışma sermayesinin bir unsuru olan ticari alacakların genel çerçevesi çizilmiş, aktif değerler ve çalışma sermayesinden bahsedilerek alacakların yeri ve önemi ile enflasyonun etkilerine değinilmiştir. Enflasyonist ortamda alacaklara ayrılacak kaynakların ve yapılacak yatırımların planlanmasına, kredili satış ve tahsilat politikalarının belirlenmesine ilişkin değerlendirmeler yapılmış, yatırım miktarını etkileyen faktörler, politikaları belirleme çalışmaları, kredili satışın vadesi, nakit iskontosu ve tahsilat politikaları ile ilgili analizler ve politikaların arka planı incelenmiştir.

Üçüncü bölümde, belirlenen politikaların uygulanması konusuna değinilmiş, teklifin gelişinden karar verme aşamasına kadar geçecek süreç ayrıntıları ile incelenmiştir. Bu bölümde, kredili satış sonucu doğan hesaplarının izlenmesi ve kontrolü gibi kredili satış sonrası alacak yönetim süreci incelenmiştir. Ayrıca, enflasyonist dönemde uygulanacak kredili satış ve tahsilat politikalarının, bunların uygulama sonuçlarının ve başarı ölçülerinin analizleri üzerinde durularak yeni dönem politika ve kararlarında etkinliği sağlayıcı çalışmalara yer verilmiştir.

Dördüncü bölümde, Sivas' ta faaliyet gösteren işletmelerin kredili satış ve tahsilat politikalarının enflasyon ortamında uygulanması incelenmeye çalışılmıştır. Kredili satış yapan işletmelerin ilk kez kredili mal alışı talebinde bulunan müşteriler hakkında yaptıkları incelemeler, enflasyon ortamında konuya yaklaşımları, kredili satış ve tahsilat işlemlerinde karşılaştıkları sorunların belirlenmesine yönelik yapılan anket çalışmasının sonuçlarına da yer verilmiştir.

Tez, çalışmanın tamamlanmasıyla elde edilen bulguların yorumlandığı ve önerilerin sunulduğu sonuç bölümü ile tamamlanmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### ENFLASYON, ENFLASYONUN ETKİLERİ, KREDİ VE TİCARİ KREDİ

#### 1.1. ENFLASYON VE ETKİLERİ

##### 1.1.1. Enflasyon

Günümüzde birçok ülkenin acil ve önemli ekonomik sorunlarından birisi kuşkusuz enflasyondur. Enflasyon, paralı mübadeleye geçişle birlikte görülmeye başlanmıştır. Özellikle Rönesans ve Reform dönemindeki coğrafi keşifler ve icatlar sonucu artan altın ve gümüş arzı ile ticaret hacmi arasındaki dengesizlik, enflasyonun esas doğuş nedenidir.<sup>1</sup> Enflasyon açısından 1970' li yıllar dönüm noktasıdır. Daha önceleri gelişmiş ülkelerde bu sorun ara sıra ortaya çıkarken 1970' lerden sonra sosyalist blok dışındaki tüm ülkelerde ciddi boyutlara ulaşmaya başlamıştır. Enflasyon gelişmiş-az gelişmiş, sanayiye dayalı-tarıma dayalı, genişleyen-daralan tüm ekonomilerde nedeni farklı olsa da görülmektedir. Bir ekonomide süregelen talep fazlalığı gibi bir istikrarsızlık enflasyona neden olabileceği gibi, enflasyon da gelir dağılımındaki dengesizlik ve yüksek faiz oranları gibi istikrarsızlıklara neden olabilir.<sup>2</sup> Bu nedenle tüm ekonomilerin halletmesi gereken bir sorundur. Artık tüm dünya ülkeleri gibi Türkiye de enflasyonla mücadele yollarının yanı sıra onunla birlikte yaşayabilmenin yollarını da aramaya başlamıştır. Enflasyonu firma açısından önemli kılan nokta ekonomik ve finansal olayların öz ile görünüşleri arasında büyük farklılıklar doğurması ve karar verenler açısından hatalı sonuçlara neden olmasıdır.

Kelime anlamı genişleme ve şişkinlik olan enflasyon, ekonomik olarak en genel ifadesiyle fiyatlar genel seviyesinin sürekli artmasıdır. Enflasyon kavramının birçok tanımı yapılmıştır. Enflasyon, bir dönemdeki mal ve hizmet miktarına göre yine o dönemdeki para miktarının daha fazla artması nedeniyle fiyatlar genel düzeyinde görülen sürekli ve önemli bir artıştır.<sup>3</sup> Enflasyon, tedavüldeki para

<sup>1</sup> Rasih DEMİRCİ, Rauf ARIKAN, İ. Burhan ERDOĞAN, "Genel Ekonomi", Gazi Üniversitesi, Ankara, 1992, s.259.

<sup>2</sup> Mehmet Hasan EKEN, "Enflasyonun Bankacılık Üzerine Etkilerinin Risk ve Karlılık Açısından Değerlendirilmesi", Türkiye Bankalar Birliği Yayını, No:187, Ankara, 1994, s.9.

<sup>3</sup> Tefik PEKİN, "Makro Ekonomi", Bilgehan Basımevi, İzmir, 1993, s.49.

miktarının mal üretim ve arzından daha fazla artmasıyla fiyatlar genel seviyesinin yükselmesidir.<sup>4</sup> Enflasyon, fiyatlar genel seviyesinin sürekli olarak yükselmesidir.<sup>5</sup> Enflasyon, toplam talebin toplam arzdan fazla olmasıyla ilgili olarak fiyatlar genel seviyesinin yükselmesidir.<sup>6</sup> Verilen tanımlarda hemen hemen ortak nokta arz-talep dengesinde satma isteğinin az olması veya satın alma isteğinin fazla olmasıdır.<sup>7</sup>

### 1.1.2. Enflasyon Çeşitleri

İşletmelerin enflasyondan değişik şekillerde etkileneceği söz konusu olduğundan burada kısa da olsa enflasyon çeşitlerine değinmek yararlı olacaktır. Enflasyonun talep, maliyet ve ithal enflasyon olarak üç çeşidine rastlamaktayız.

#### 1.1.2.1. Talep Enflasyonu

Talep artışının neden olduğu enflasyondur. Talep enflasyonu, bir ekonomideki parasal gelirin, aynı dönemde o ekonomideki üretilen mal ve hizmetlerden daha fazla artmasıyla görülür.<sup>8</sup> Toplam talep toplam arzdan fazla ise talep enflasyonu doğar.<sup>9</sup> Yani talep enflasyonu, arz artış hızının talep artış hızından düşük olmasından kaynaklanır. Bu durumda talebi artıran nedenler enflasyonun nedenidir.

#### 1.1.2.2. Maliyet Enflasyonu

Maliyetlerdeki artışın neden olduğu bu enflasyon türü arz kaynaklıdır. Bir veya birkaç girdi fiyatında meydana gelen artış maliyet enflasyonunu ortaya çıkarır.<sup>10</sup> Yükselen hammadde fiyatları, iş gücü arzına göre daha hızlı artan iş gücü talebi ve verimlilikteki artışa göre daha hızlı artan ücretlerdeki artış gibi durumlar maliyet enflasyonunu doğuran nedenler olmaktadır.<sup>11</sup> Üretim faktörlerindeki fiyat artışı üreticinin maliyetini artırdığından doğal olarak ürünün fiyatı da yükselmektedir.

<sup>4</sup> DEMİRCİ ve diğerleri, s.259.

<sup>5</sup> Nuri UMAN, "Enflasyon Muhasebesi-Fiyatlar Genel Seviyesi Muhasebesi, Teori-Uygulama", Boğaziçi Üniversitesi Yayın No:155, İstanbul, 1979, s.12.

<sup>6</sup> J. H. Adam, "Inflation, Longman Dictionary of Business English", Longman Group Limited, Glasgow, 1982, s.242.

<sup>7</sup> Arif ERGİNAY, "Kamu Maliyesi", 11. Baskı, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara, 1985, s.264.

<sup>8</sup> PEKİN, s.50.

<sup>9</sup> İsmail TÜRK, "Maliye Politikası, Amaçlar-Araçlar ve Çağdaş Bütçe Teorileri", Beşinci Baskı, S Yayınları, Ankara, 1983, s.77.

<sup>10</sup> PEKİN, s.50.

<sup>11</sup> TÜRK, s.77.

### 1.1.2.3. İthal Enflasyon

İthal enflasyon, ithal malların fiyatlarının yükselmesi sonucu ortaya çıkar ve genellikle dışa açık ekonomilerde görülür. İthal enflasyonunu bazen talep enflasyonu bazen de maliyet enflasyonu olarak düşünebiliriz. Nihai mal ithal ediliyor ise ihracatçı ülkedeki bu mala olan talep artışı fiyatını da artıracak, hammadde ithal ediliyor ise bu malın fiyatının artışı ithalatçı ülke açısından o malın hem maliyetini hem de fiyatını artıracaktır.<sup>12</sup> Birinci durumda talep enflasyonu ikinci durumda da maliyet enflasyonu şeklinde değerlendirme yapmak mümkündür.

### 1.1.3. Enflasyonun Ekonomiye Etkileri

Enflasyon dolayısıyla faiz oranları ve döviz kurlarındaki sürekli değişim, politik ve ekonomik belirsizliklere neden olur.<sup>13</sup> Bu belirsizlik de enflasyonun ekonomiyi etkilemesi demektir. Enflasyon ekonomiyi etkilerken aslında o ekonomide faaliyet gösteren birey ve kurumları etkilemektedir. Burada enflasyonun gelir dağılımına, tasarruflara, yatırımlara (kaynak dağılımına), dış ticarete (dış ödemeler bilançosuna) ve faiz oranlarına etkileri ele alınacaktır.

#### 1.1.3.1. Gelir Dağılımına Etkisi

Enflasyon sabit gelirlileri etkileyerek tasarruflarını azaltır. Çünkü enflasyonist dönemlerde enflasyonu yükseltmeme amacıyla memur ve işçilerin ücretleri enflasyon oranında artırılamaz. Böylece işçi ve memur ücretleri fiyat hareketlerinin gerisinde kalır.<sup>14</sup> Bu durumda, gelir dağılımı sabit gelirliler aleyhine bozulur ve işçi ve memur gibi sabit gelirlilerin satın alma güçleri düşer.<sup>15</sup> Diğer taraftan üretici, tüccar ve serbest meslek sahipleri fiyat artışlarını takip eder<sup>16</sup> ve satın alma güçlerini korurlar. Sonuçta milli gelirin topluma dağılımı dengesizleşmekte, sabit gelirliler milli gelirden daha az pay alırken gelirlerini enflasyona uydurabilenler milli gelirden daha fazla almaktadır. Bu da toplumsal adaletsizliğe neden olmaktadır.

<sup>12</sup> EKEN, s.12.

<sup>13</sup> Tamir AGMON, "Inflation, Disinflation and Corporate Financial Decisions", Tel Aviv, 1988, s.9.

<sup>14</sup> TÜRK, s.82.

<sup>15</sup> PEKİN, s.51.

<sup>16</sup> TÜRK, s.83.

Enflasyon hızı, gelirlerindeki artış hızından daha yüksek kişilerin reel gelirleri azalırken daha düşük olan kişilerin reel gelirleri artar. Diğer şartlar aynı iken bu durum, enflasyonda, reel geliri azalılardan artanlara doğru gelir transferidir.<sup>17</sup>

### 1.1.3.2. Tasarrufa Etkisi

Tasarruf, belirli bir dönemde kazanılan gelirin o dönemde tüketilmeyen kısmıdır.<sup>18</sup> Yapılan tasarruflar yatırıma dönüşürse ekonomik kalkınmaya faydası olacaktır. Enflasyonist dönemlerde sabit gelirliler tasarruf düzeylerini artıramadıkları gibi mevcut tasarruf düzeylerini dahi koruyamaz ve hatta tasarruflarını tüketmeye başlarlar.<sup>19</sup> Böylece ekonomide tasarruf hacmi daralır ve yatırımlar azalır.<sup>20</sup>

### 1.1.3.3. Yatırımlara (Kaynak Dağılımına) Etkisi

Enflasyonist dönemlerde sabit gelirlilerin tasarrufu olmadığından yatırıma katkıları da olmaz. Ayrıca müteşebbislerin tasarruf imkanları yüksek olduğu halde tasarruflarını üretim amaçlı yatırımlara değil daha kazançlı gördükleri spekülasyon yatırımlara (gayri menkul, döviz vb.) yönlendirir<sup>21</sup> ki bunların ekonomik kalkınmaya katkısı olmaz. Enflasyonun ekonomiye etkilerden biri de fiyat mekanizmasına olduğundan kaynak dağılımının etkinliğini sağlamak oldukça zorlaşır.<sup>22</sup>

### 1.1.3.4. Dış Ticarete (Dış Ödemeler Bilançosuna) Etkisi

Enflasyonist dönemlerde ihracatı teşvik tedbirleri alınmazsa milli ekonomi bakımından ithalat kolaylaşır (ucuzlar) ihracat zorlaşır.<sup>23</sup> Böylece ihracat düşerken ithalat artacağından dış ticarete açık meydana gelir. Enflasyonun artırdığı dış ticaret açığı ekonomideki döviz ve altın rezervlerini eritir ve döviz talebini artırır. Böylece dış ticaret açığı, ödemeler bilançosunun diğer kalemlerini de etkiler.<sup>24</sup>

<sup>17</sup> Ayşegül MUTLU, "Türkiye' de Enflasyon Olgusu ve Enflasyonun Gelir Vergisi Üzerindeki Etkileri", *Yaklaşım Dergisi*, Yıl:2, Sayı:21, Eylül 1994, s.41.

<sup>18</sup> Tefik PEKİN, "Ekonomiye Giriş", Bilgehan Matbaası, İzmir, 1991, s.20.

<sup>19</sup> TÜRK, s.80.

<sup>20</sup> Türker DOĞU, "Enflasyon ve Ücretler", *Mülkiyeliler Birliği Dergisi*, Sayı 60-61, 1980, s.7.

<sup>21</sup> TÜRK, s.81.

<sup>22</sup> Orhan MORGİL, "Enflasyonun İşletmeler Üzerindeki Kısa ve Uzun Dönemli Etkileri", *Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi Sempozyumu*, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mü-Ka Matbaacılık, İstanbul, 1990, s.26.

<sup>23</sup> DEMİRCİ ve diğerleri, s.260.

<sup>24</sup> TÜRK, s.82.

### 1.1.3.5. Diğer Etkileri

Yukarıda sayılanların dışında enflasyonist dönemlerde sabit gelirlilerin ücretleri nominal olarak artarken reel olarak azalır.<sup>25</sup>

Enflasyonist dönemlerde üretime yönelik yatırımların azalması, hammadde ve yedek parça ithalatındaki zorluklar ve ihracatın yavaşlaması gibi nedenlerle bazı sektörlerde üretimin yavaşlaması veya durması zorunlu hale gelebilir. Dolayısıyla ülkede istihdam düzeyi düşer, işsizlik artar.<sup>26</sup>

Enflasyonist dönemlerde spekülatif yatırımlara eğilim olduğundan rekabet azalır, verimlilik ve kalite gibi konular göz ardı edilir.<sup>27</sup>

Tasarrufların spekülatif alanlara kaymasıyla, bankalar mevduat toplayabilmek için faizleri yükselteceğinden kaynak maliyetleri artar, yatırım ve üretim azalır.

### 1.1.4. Enflasyonun İşletmelere Etkisi

Fiyatlar seviyesindeki sürekli değişimin ülkelere göre değişik nedenleri vardır. Bunlar yurt içi faktörler veya uluslararası fiyat değişmelerin sonucu olabilir. Bu bakımdan fiyatlardaki değişim süreci incelenirken, belirtileri hazırlayan nedenlerin temelinde yatan faktörlerden daha çok belirtilerde odaklaşmak gerekir. Bu nokta finansal kararlar ele alınırken önem kazanmaktadır. Finansal kararlar alınırken önemli olan enflasyon sürecinin nedeni değil sürecin varlığıdır. Nisbi fiyatlardaki muhtemel değişimlerin kavranılması sağlıklı finansal kararlar almak için gereklidir.<sup>28</sup>

Enflasyon toplumun tüm kesimlerini etkilediği gibi, işletmelerin finansal politika ve uygulamaları üzerinde değişikliğe neden olduğundan işletmeleri de etkilemektedir. Ancak bu etki işletme varlık ve kaynaklarının yapısına göre değişik düzeylerde olmaktadır. Ayrıca enflasyonun çeşitli mal ve hizmet fiyatlarını değişik ölçülerde etkilemesi sonucu bazı mal ve hizmetlerin fiyatlarının enflasyon oranından daha fazla, bazılarının da daha az artması işletmeleri büyük ölçüde etkilemektedir.

<sup>25</sup> Tefik PEKİN, "Makro Ekonomi", Bilgehan Basımevi, İzmir, 1993, s. 51.

<sup>26</sup> TÜRK, s.82.

<sup>27</sup> DEMİRCİ ve diğerleri, s.260.

<sup>28</sup> AGMON, s.1.

Maliyetler enflasyon oranından daha fazla etkileniyor ise işletme karında azalma, tersi olur da satış fiyatları maliyetlerden daha fazla etkilenirse işletme karında yükselme görülür.<sup>29</sup> Enflasyonun gelir dağılımını bozucu etkisiyle sabit gelirlilerin reel gelir düzeyi azalacağından bunların büyük bir kısmı yalnızca asgari ihtiyaçlarını karşılayabilmekte, bu durum da bazı ürünlere talebi azaltmakta ya da yok etmektedir. Talep daralması ise işletmelerin en önemli sorunlarından birisidir.

Enflasyondan daha az etkilenmek için enflasyonu hayatın normal bir parçası şeklinde algılamak, işletme yapısı ve yönetimini yeniden yapılandırmak zorunlu hale gelmektedir.<sup>30</sup> Bu bir anlamda enflasyonla birlikte yaşamayı öğrenmektir.

Enflasyon oranında cari değeri azalan kalemler olan kasa ve alacakları yüksek işletmelerde enflasyon değer kaybına neden olacaktır. İşletme yöneticileri kasa ve alacaklarını minimuma indirdiği sürece enflasyondan daha az etkilenir.<sup>31</sup>

Enflasyonun işletmeleri etkileme derecesi varlık ve kaynak yapısına, sektöre, büyüme hızına, fiyat belirleme serbestisine ve enflasyon hızına bağlı olarak değişir.<sup>32</sup>

Enflasyonun işletmelere etkilerini çeşitli açılardan ele almak mümkündür. Bu çerçevede yatırım kararlarına, aktif yapıya, sermaye yapısına, sermayeye, sermaye bütçelemesine, kaynak maliyetine, mamulleri fiyatlandırmaya, faaliyet sonuçlarına, ve finansal tabloların mukayesesine etkileri ele alınabilir.

#### **1.1.4.1. İşletme Sermayesi Yönetimine Etkisi**

Enflasyon, işletme sermayesini aşındırdığı için işletmeler, tahminlerinden daha fazla işletme sermayesi ihtiyacı duyar. Enflasyonist dönemlerde işletme sermayesi ihtiyacı hemen hemen enflasyon oranı kadar artacağından<sup>33</sup> normal işletme sermayesi, işletmelerin faaliyetleri için yetersiz kalacaktır. Enflasyon dönemlerinde işletmelerin günlük olağan faaliyetlerini yürütebilmesi ve ödemelerini zamanında

<sup>29</sup> Zeyyat HATİPOĞLU, "İşletme Finansı", Temel Araştırma A.Ş. Yayın No:6, Met/Er Matbaası, İstanbul, 1986, s.235.

<sup>30</sup> Kemal TOSUN, "Yönetim ve İşletme Politikası", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayın No:232, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayın No:125, İstanbul, 1990, s.827.

<sup>31</sup> HATİPOĞLU, s.233.

<sup>32</sup> UMAN, s.15.

<sup>33</sup> Atilla GÖNENLİ, "İşletmelerde Finansal Yönetim", 6. Bası, İstanbul Üniversitesi Yayın No:3463, İstanbul, 1988, s.404.

yapabilmesi, ayrıca reel olarak veya enflasyonun etkisiyle artmış gibi görünen satışların artırdığı alacaklar, reel veya parasal olarak artan stoklar nedeniyle artan nakit ihtiyacı işletme sermayesini artırma gereğini doğurmaktadır.<sup>34</sup> Ek işletme sermayesi ihtiyacı, işletmelerin dönen varlık bileşimine göre değişir.<sup>35</sup> Enflasyon ortamında nominal olarak artan satış hasılatı sonucu ticari alacaklar da artar ve satın alınacak malların maliyeti her defasında daha yüksek olur. Sonuçta, enflasyonla birlikte işletmelerin elde tutacakları nakit miktarı ve finansman ihtiyacı da artar.

İhtiyaç duyulan her anda aynı fiyatla hammadde temininin mümkün olmaması, hammadde olmayışı nedeniyle kesintiye uğrayacak üretimin doğuracağı zararlar, geleceğin belirsizliği ve planlamanın güçleşmesi gibi nedenlerle enflasyonist dönemlerde işletmeler emniyet stokunu artırma gereği duyarlar.

Enflasyonist dönemlerde parasal varlıkların (kasa, banka, alacaklar) nominal değerleri aynı kalırken artan fiyatlar karşısında satın alma güçleri azaldığından<sup>36</sup> enflasyona karşı daha zayıf kalemlerdir.<sup>37</sup> Bina, makine, demirbaş gibi parasal olmayan varlıklar fiyat değişimleri karşısında satın alma güçlerini koruyabilen varlıklardır.<sup>38</sup> Parasal olmayan varlıklar bu yönleriyle işletmeyi enflasyona karşı koruyucu olmaktadır.<sup>39</sup> İşletme varlıkları arasında parasal olmayan varlıkları parasal varlıklardan daha fazla olan işletmeler, enflasyona karşı dayanıklı iken az olan işletmeler enflasyon karşısında daha zayıftır. Parasal varlıkların enflasyon karşısında erimesi (gerçek değerindeki azalmalar) bu varlıklara yatırım ihtiyacını artıracaktır.<sup>40</sup>

Enflasyonun türü, enflasyonun artırdığı işletme sermayesi ihtiyacının şiddetini etkilemektedir. Talep enflasyonu olduğunda işletmelerin stok devir hızı arttığından ve satış şartlarını değiştirerek alacakların daha hızlı tahsiliyle ek işletme sermayesi

<sup>34</sup> Öztin AKGÜÇ, "Finansal Yönetim", 5. Baskı, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Muhasebe Enstitüsü Yayın No:56, Avcıol Matbaası, İstanbul, 1989, s.195.

<sup>35</sup> Niyazi BERK, "Finansal Yönetim", 2. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1995, s.95.

<sup>36</sup> Nalan AKDOĞAN, Nejat TENKER, "Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri", 4. Bası, Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Matbaası, Ankara, 1992, s.419.

<sup>37</sup> Selahattin TUNCER, "Enflasyonun İşletmeler Üzerindeki Kısa ve Uzun Dönemli Etkileri", **Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi Sempozyumu**, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mü-KaMatbaacılık, İstanbul, 1990, s.35.

<sup>38</sup> AKDOĞAN ve TENKER, s.418.

<sup>39</sup> TUNCER, s.35

<sup>40</sup> Osman TEKOK, "Finansal Yönetim", Gazi Üniversitesi Yayın No:58, İ.İ.B.F. Yayın No:32, Basın Yayın Yüksekokulu Matbaası, Ankara, 1985, s.183.



ihtiyacı sınırlanabilir. Ancak stagflasyon (durgunluk içinde enflasyon) olduğunda stok ve alacak devir hızları azalacağından işletme sermayesi ihtiyacı daha artar.<sup>41</sup> Maliyet enflasyonu olduğunda artan maliyetler, işletmeleri daha çok stok tutmaya sevk eder.<sup>42</sup> Nominal olarak aynı olan stoklar satıldığında elde edilecek yüksek satış hasılatı, karı olduğundan daha fazla gösterdiğinden daha fazla vergi yükü doğacaktır.

Enflasyonist dönemde duran varlık yatırımıyla üretim kapasitesini ve satışlarını artıran işletmeler, faaliyet düzeyini koruyabilmek için daha fazla işletme sermayesi ihtiyacı duyar.<sup>43</sup> Bu nedenlerle enflasyon ortamında yatırımlar planlanırken, enflasyonun işletme sermayesi ihtiyacını artırıcı etkisi göz önüne alınmalıdır.

Enflasyonist dönemde yabancı kaynak artışıyla sermaye ihtiyacı önlenebilir.<sup>44</sup>

#### 1.1.4.2. Sermayenin Aşınması ve Kaynak İhtiyacının Artması

Enflasyon nedeniyle karın gerçekten çok fazla görünmesi sonucu işletmelerin öz sermayelerini azaltıcı durumlar ortaya çıkar. Sermayenin korunması, sermayenin nominal olarak, satın alma gücü olarak ve üretim gücü olarak korunması şeklinde değerlendirilmektedir.<sup>45</sup> Enflasyon ortamında sermaye nominal olarak korunmakta ancak paranın değer kaybetmesi sonucu reel olarak korunmamaktadır.<sup>46</sup>

Enflasyonist dönemlerde girdi fiyatları kayıtlarda işletmeye girdiği haliyle kalırken satış fiyatı daha yüksek olmaktadır. Maliyet ile satış fiyatı arasındaki görünürdeki büyük fark tamamen kar olarak algılandığı için daha yüksek vergi verilmesini ve hissedarların beklentileri yönünde daha yüksek kar payı dağıtılmasını zorunlu kılar. Enflasyonist dönemlerde çok ortaklı şirketler karlı gibi görünse de bu şirketler, paranın değer kaybetmesi sonucu sermayelerinin büyük bir kısmını kar dağıtımıyla erittiklerinden aslında zararlı çıkarlar. Enflasyonist dönemlerde şirketlerin, net karlarını ortaklara dağıtmayıp yatırıma yöneltmeleri daha doğrudur.<sup>47</sup>

<sup>41</sup> Ahmet AKSOY, "Çalışma Sermayesi Yönetimi", Gazi Büro Kitabevi, Ankara, 1993, s.87.

<sup>42</sup> Metin Kamil ERCAN, "Stok Değerleme ve Yönetimi", MPM Yayını, Ankara, 1994, s.14.

<sup>43</sup> GÖNENLİ, s.408.

<sup>44</sup> HATIPOĞLU, s.240.

<sup>45</sup> Nalan AKDOĞAN, Hamdi AYDIN, "Muhasebe Teorileri", Gazi Üniversitesi Yayın No:98, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1987, s.487.

<sup>46</sup> UMAN, s.27.

<sup>47</sup> Halit ÇÖLOĞLU, "Enflasyon ve Getirdikleri", Kutsun Yayınevi, İstanbul, 1979, s.21.

Enflasyon nedeniyle işletmelerin görünürdeki yüksek karından işçi sendikaları da, daha yüksek ücret talep edince işletmeler yüksek ücret ödemek zorunda kalır.

İşte tüm bu açılardan işletmeler öz sermayelerini kullanmak zorunda kalmakta ve sonuç olarak ta öz sermayeleri erimektedir.

Enflasyonist dönemlerde iş hacmini koruma isteği, stokların daha yüksek fiyatla temini, yatırım malları ve diğer maliyet unsurlarının fiyatlarının yükselmesi<sup>48</sup> ve artan alacaklar kaynak ihtiyacını artırır.<sup>49</sup> Enflasyonu düşürmek için uygulanan sıkı para politikaları kaynak maliyetini artırdığı gibi kaynak teminini de zorlaştırır.

İşletmeler kaynak ihtiyacını azaltabilmek için nakit yönetiminde etkinliği sağlamaya, alacak ve stok devir hızlarını artırmaya çalışmakta, daha yüksek miktarda satıcı kredileri ve müşteri avanslarına yönelmektedir.<sup>50</sup>

Enflasyon dönemlerinde faiz oranları işletmeleri kısa vadeli yabancı kaynağa yöneltir. Reel faiz oranı enflasyon oranının altında ise işletmeler için yabancı kaynak kullanımı daha cazip olur<sup>51</sup> ve yabancı kaynak oranı fazla işletmeler enflasyondan kazançlı çıkacağından<sup>52</sup> duran varlıklarda artış olabilir. Faiz oranı enflasyon oranından küçükse çalışma sermayesi artar. Genellikle çalışma sermayesi ihtiyacı enflasyon oranında arttığından, yabancı kaynak miktarı ve bu doğrultuda finansman giderleri de artar.<sup>53</sup> Enflasyon dönemlerinde yabancı kaynak maliyetindeki artış, sermaye yapısında borca ağırlık veren işletmelere önemli miktarda faiz yükü getirir. Yabancı kaynak oranı yüksek işletmelerin finansman giderlerinin satış fiyatındaki payının artması, bu işletmelerin rekabet imkanlarını ve karlılıklarını azaltır.<sup>54</sup>

#### 1.1.4.3. Finansal Planlamanın Zorlaşması

İşletme hayatında, kaynakların etkin kullanımını sağlamak ve başarı için uzun süreli ve sağlıklı tahminler, dolayısıyla finansal planlama oldukça önemlidir.

<sup>48</sup> R. Metin TÜRKO, "Finansal Yönetim I", Atatürk Üniversitesi Yayın No: 765, Erzurum, 1994, s.10.

<sup>49</sup> AKGÜÇ, s.15.

<sup>50</sup> AKGÜÇ, s.16.

<sup>51</sup> TÜRKO, s.10.

<sup>52</sup> HATİPOĞLU, s.234.

<sup>53</sup> Harold BIERMAN, "Financial Management and Inflation", New Yart, 1981, s.160.

<sup>54</sup> Ali CEYLAN, "İşletmelerde Finansal Yönetim", 5. Baskı, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 1998, s.11.

Enflasyon geleceği belirsizleştirdiği için planlama ta zorlaşmaktadır.<sup>55</sup> Bu durum, enflasyon döneminde sağlıklı tahminler yapabilmeyi daha da önemli hale getirir.

Planlamada kullanılan analiz ve tahmin yöntemleri, enflasyonun geleceği belirsizleştirmesi nedeniyle yetersiz kalarak hatalı kararlar alınmasına neden olacaktır. Planlarda, bu noktalar göz önünde tutularak esneklik sağlanmalıdır.<sup>56</sup>

#### 1.1.4.4. Yatırım Kararlarına Etkisi

Enflasyon, işletmeleri yeni yatırımlar konusunda da çekingenliğe sevk eder. Teoride net şimdiki değer pozitif ise yatırım kararı verilir, ancak enflasyonist dönemlerde nakit akışlarını belirleme zorluğu, paranın zaman değerindeki farklılık ve risk nedeniyle yatırım projelerinin değerlendirilmesi ve kabulü de zorlaşır.<sup>57</sup> Ayrıca uzun vadeli planlamadaki zorluklar da yatırım kararını olumsuz yönde etkiler.

Enflasyonun finansal yönetim üzerindeki geleceğin belirsizliği, yüksek faiz ve uzun vadeli fonlardaki azalış gibi etkileriyle yeni yatırımlar azalmaktadır.<sup>58</sup>

İşletmeler kaynaklarını yatırım alternatifleri arasında uygun dağıtabildikleri sürece piyasa değerini maksimum yapabilir.<sup>59</sup> Bu nedenle de yatırım yaparken çeşitli alternatifler arasında en uygun olanını seçmeye çalışırlar. Enflasyonun olmadığı dönemlerde risk ve karlılık açısından kabul edilebilir nitelikte olan yatırım projesi, enflasyonist dönemlerde reddedilebilir. Bunun nedeni enflasyonist dönemlerde belirsizlik ve risk arttığından işletmelerin yüksek kar beklentileridir.<sup>60</sup>

Enflasyonist dönemlerde yatırım alternatifleri değerlendirilirken enflasyonun etkilerini arındırıcı çalışmalar titizlikle yapılmazsa, projelerin beklenen getirileri yanıltıcı olacak ve yanlış kararlar alınabilecektir.<sup>61</sup> Daha az karlı yatırımlar daha çok karlı yatırımlara tercih edilebilecek ya da karsız yatırımlar tercih edilebilecektir.

<sup>55</sup> CEYLAN, s.10.

<sup>56</sup> AKGÜÇ, s.15.

<sup>57</sup> BIERMAN, s.159.

<sup>58</sup> TÜRKO, s.11.

<sup>59</sup> Osman OKKA, "Enflasyonun Sermaye Bütçelemesi Üzerine Etkisi", Atatürk Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, C.4, S.3-4, Kasım 1980, s.33.

<sup>60</sup> UMAN, s.14.

<sup>61</sup> Alparslan PEKER, "Fiyat Hareketlerinin Firma Yönetim Faaliyetleri Üzerine Etkileri", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, C.3, S.1, Nisan 1974, s.23.

Enflasyondan dolayı yanlış hesaplarla karlı görülen yatırımların daha sonra karlı olmadığı anlaşıldığında yarım kalan projeler, kaynak israfına neden olmaktadır.

Enflasyonun doğurduğu belirsizlik ortamında işletmeler ileriye göremediğinden uzun vadeli yatırımlardan kaçınarak kısa vadeli yatırımlara yönelmekte<sup>62</sup> dolayısıyla kaynak dağılımı bozularak kaynak israfı olmaktadır. Enflasyonda, işletmelerin yeni teknolojiyle rasyonel yatırımlar yapmaları ve sağlıklı büyümeleri de zorlaşır.<sup>63</sup>

#### **1.1.4.5. Faaliyet Sonuçlarına ve Finansal Tablolara Etkisi**

İşletmeyle ilgilenen ortak, üçüncü kişi ve yöneticilere faaliyetler ve finansal durum hakkında ihtiyaç duydukları bilgileri sunmak için hazırlanan finansal tablolar doğru ve güvenilir bilgiler sundukça bu görevlerini yerine getirir. Enflasyonist dönemlerde finansal tablolardaki bilgilerin anlamsızlaşması sonucu tarihi verilerle düzenlenen finansal tablolar kendilerinden beklenen görevi yerine getiremez.<sup>64</sup>

Enflasyonist dönemlerde hasılatın yüksek para değeriyle maliyetinse düşük para değeriyle kayıtlara geçirilmesiyle (amortismanlar gibi) işletmelerin faaliyet karları gerçeğinden daha fazla görünür.<sup>65</sup> Aynı şekilde tarihi maliyetler üzerinden ayrılan amortismanlar da duran varlıkları yenilemede yetersiz kalmaktadır.<sup>66</sup>

Farklı zamanlardaki para birimleriyle ifade edilen maliyet ve hasılat arasındaki farktan doğan hayali kar; işletme faaliyetlerinin yanlış izlenimler doğurmasına, aşırı vergi ödenmesine, yüksek ücret taleplerine, yanlış yatırım kararlarına vb. neden olmaktadır. Ayrıca satış geliri de stokları yenilemede yetersiz kalmaktadır.<sup>67</sup>

Bu nedenlerle mali tablolar gerçeği yansıtamadığı için güvenilirliğini kaybeder.

#### **1.1.4.6. Dönemler ve Benzer İşletmeler Arası Mukayeseye Etkisi**

İşletme yöneticileri, ortaklar ve üçüncü kişiler, mali tablolar aracılığıyla işletmeleri, önceki dönemlerle ve benzer işletmelerle karşılaştırarak karar vermek

<sup>62</sup> GÖNENLİ, s.221.

<sup>63</sup> MORGİL, s.28.

<sup>64</sup> AKDOĞAN ve TENKER, s.416.

<sup>65</sup> UMAN, s.25.

<sup>66</sup> TÜRKO, s.11.

<sup>67</sup> AKGÜÇ, s.16.

isterler. Enflasyonist dönemlerde mali tabloların farklı para birimleriyle gösterilmesi ve işletmelerin enflasyondan farklı derecelerde etkilenmelerinden, bir işletmenin muhasebe verilerinin diğer dönemlerle ve benzer işletmelerle karşılaştırma yapılması sağlıklı sonuçlar vermez.<sup>68</sup> Mali tablolardan bu amaçla yararlanabilmek için enflasyonun mali tablolar üzerindeki etkilerini giderici işlemlerin yapılması gerekir.

#### 1.1.4.7. Diğer Etkileri

Enflasyon ortamında nominal olarak artan satış hasılatı ticari alacakları da artırdığından satın alınacak hammadde ve malların maliyeti her defasında daha yüksek olacağından, enflasyonla birlikte işletmelerin elde tutulacak nakit miktarları ve finansman ihtiyaçları da artmaktadır. Yüksek enflasyon dönemlerinde sıkı para politikaları, yüksek faiz oranları ve sınırlı kredi uygulamaları gibi enflasyonu önleme tedbirleri, sermaye maliyetini artırmakta fon teminini de zorlaştırmaktadır.

Enflasyon işletmelerin aktif yapısını değiştirir. Likidite sıkıntısı nedeniyle aşırı borçlanma ve sağlıksız finansman araçlarının seçimi, işletmelere ağır faiz yükü getirir.<sup>69</sup> Yüksek faiz oranları işletmeleri uzun vadeli kaynak yerine kısa vadeli kaynak kullanımına sevk eder. Faiz oranlarının artmasıyla, borca ağırlık veren firmaların finansman giderleri artar, rekabet imkanları azalır, yatırımları düşer.

Enflasyon karşısında işletmelerin parasal varlıkları (hazır değerler, ticari alacaklar, tahviller, depozito ve teminatlar) nominal değerlerini korurken satın alma güçlerini kaybederler. Bu durum işletmeleri zarara uğratmaktadır.<sup>70</sup>

Enflasyon dönemlerinde kredili satışlarla birlikte artan alacakların zamanında ve tam olarak tahsil edilememesi işletmelerde likidite sıkıntısına neden olmaktadır.<sup>71</sup>

Enflasyonun gelir dağılımını bozmasıyla sabit gelirliilerin gelirlerinde meydana gelen azalış, talebi azaltmakta ya da tamamen yok etmektedir. Azalan talep, bazı sektörlerde ciddi üretim düşüşlerine ve buna paralel olarak ta stoklarda azalışa neden

<sup>68</sup> UMAN, s.28.

<sup>69</sup> UMAN, s.14.

<sup>70</sup> AKDOĞAN veTENKER, s.419.

<sup>71</sup> Rafet EVYAPAN, "Enflasyonda İşletmelerin Mali Durumları", İSSMMO Yayın Organı, Temmuz-Ağustos, 1995, s.3

olmaktadır.<sup>72</sup> Azalan talep ve üretim sonucu zorunlu olarak işçi çıkarılması işletme içi motivasyonu da düşürür.<sup>73</sup> Ücretler konusunda Eşel-Mobil sisteminin uygulanmadığı işletmelerde, çalışma barışı ve ücret-verimlilik dengesi bozulur.<sup>74</sup>

Enflasyon, yatırım teşviklerinin etkisini azalttığından yeni yatırımlar da yeterince cazip görülmez.<sup>75</sup> Türkiye’deki uygulamada yatırım tutarı, işletmenin faaliyete başlamasından sonra elde edilecek kardan indirilir. Enflasyonist dönemde işletme kara geçene kadar, yatırım tutarı nominal olarak aynı iken reel olarak azaldığından yatırım indirimi cazibesini kaybeder.

## 1.2. KREDİ ve KREDİ TÜRLERİ

### 1.2.1. Kredi Kavramı ve Türleri

#### 1.2.1.1. Kredinin Tanımı

Genel anlamda kredi, bugünkü değerlerle gelecekteki ödemelerin değiştirilmesi<sup>76</sup> olarak veya kredi kuruluşlarının işletme ve kişilere sundukları kredi ise bir miktar paranın belirli bir süre sonunda ana para ve faizi ile birlikte geri ödenmek üzere başkalarına verilmesi<sup>77</sup> olarak tanımlanabilir.

İleri bir tarihte karşılığını ödemek üzere mal ve hizmetleri bugünden elde edebilme kabiliyeti olarak tanımlanabilecek kredi kavramı ise kredili satışı anlatır.

Geniş bir tanımla kredi, tarafların karşılıklı güvenine ve hukuki yaptırımlara dayanan, borçluya vadesinde borcunu ödeme sorumluluğunu yükleyen, alacaklıya da alacağını isteme ve geri alma hakkını veren bir ilişkidir.<sup>78</sup>

<sup>72</sup> TUNCER, s.33.

<sup>73</sup> EVYAPAN, s.4.

<sup>74</sup> UMAN, s.15.

<sup>75</sup> MORGİL, s.28.

<sup>76</sup> Robert BARTELS, “Marketing Managers and Credit Administration, Handbook of Modern Marketing”, Mc-Graw Hill Book Company, New York, 1970, s.15.

<sup>77</sup> Halil SEYİDOĞLU, “Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük”, Güzem Yayınları., Ankara, 1992, s.500.

<sup>78</sup> Mehmet ERKAN, “Enflasyonist Ortamda İşletmelerin Ticari Kredi Yönetimi”, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 380, Eskişehir, 1990, s.15.

Kredi kavramının güven yönü oldukça önem taşımaktadır. Çünkü kredi veren, kullandığı kredinin kısmen veya tamamen geri dönmeme riskini taşımaktadır.

Güvene dayalı olan kredinin gelişmesinin genel ve finansal şartları vardır.<sup>79</sup>

Kredinin genel şartları, para değerinde kısmi bir istikrar, kredi ticareti alanında gelişme, piyasada güven ve iyi niyetin varlığı, kredi ilişkilerini ve anlaşmazlıklarını hızla çözebilecek mevzuatın varlığı şeklinde sıralanabilir.

Kredinin finansal şartları ise güven ve teminattır. Güven, borçlunun zamanında borcunu ödeyeceğine kredi verenin inanmasıdır. Kredi verende bu inanç, borçlunun ticari ahlakı, yöneticilik yeteneği, ödeme gücü, işletmenin başarı ve karlılığı, yabancı kaynak/öz kaynak oranı gibi psikolojik ve objektif unsurlarla oluşur. Teminat ise, kredi verenin kredi riskini azaltmak için borçludan istediği karşılıktır.

Günümüzde toplum ve ekonomideki gelişmeler sonucu kredi sistemi oldukça önem kazanmış ve farklı kredi türleri ortaya çıkmıştır.

#### 1.2.1.2. Kredi Türleri

Kredi türlerini; kredi verenler, kredi kullananlar ve kullanım alanları, nitelikleri, vadeleri ve teminat açısından ayrıntılarına girmeden şöyle sıralayabiliriz:

##### **- Kredi verenler açısından kredi türleri;**

- i. Banka kredileri
- ii. Ticari işletmelerin açtığı krediler

##### **- Kredi kullananlar ve kullanım alanları açısından kredi türleri;**

- i. Yatırım kredileri
- ii. Tüketici kredileri
- iii. İhracat kredileri
- iv. Akreditif kredileri

<sup>79</sup> Hasan OLALI, Öcal USTA, "İşletme Finansmanı ve Finansal Yönetim", Öğrenci Basımevi, İzmir, 1985, s.73.

- v. Ticari krediler
- vi. Tarım kredileri
- vii. Konut kredileri
- viii. Esnaf kredileri

**- Kredinin niteliği açısından kredi türleri;**

- i. Nakit krediler;

**a- İskonto-İştira kredileri**

**b- Borçlu cari hesap şeklindeki krediler;**

1. Açık kredi
2. Kefalet karşılığı kredi
3. Emtia karşılığı kredi
4. Senet karşılığı kredi
5. Altın karşılığı kredi
6. Hisse senedi ve tahvil karşılığı kredi
7. Hazine bonusu ve devlet tahvili karşılığı kredi
8. Vesaik karşılığı kredi
9. Dövizle çevrilebilir ticari mevduat karşılığı kredi
10. Akreditif karşılığı kredi

**c- Tüketici kredileri**

- ii. Nakit dışı krediler;

**a- Kefalet ve teminat mektubu kredileri**

**b- Kabul-Aval kredileri**



**c-** Garantiler

**d-** Ciro kredileri

***Kredinin vadesi açısından kredi türleri;***

- i. Kısa vadeli krediler
- ii. Orta vadeli krediler
- iii. Uzun vadeli krediler

***Kredinin teminatı açısından kredi türleri;***

- i. Teminatl  krediler;

**a-** Şahsi teminatl  krediler

**b-** Kefalet karşılığı krediler

**c-** Senet karşılığı krediler

**d-** İpotek karşılığı krediler

**e-** Tüketici kredileri

- ii. Teminatsız krediler;

**a-** İmza karşılığı krediler

**b-** Teminat mektupları

**c-** Açık krediler

**d-** Tek imzalı iskonto kredisi

## **1.2.2. Ticari Kredi**

### **1.2.2.1. Ticari Kredinin Tanımı**

Ticari kredi hemen bütün işletmelerin kullandığı kısa vadeli bir fon kaynağıdır. Ticari bir işlemde doğan ticari kredi, malın satılması nedeniyle satıcının alıcıya

kullandığı kısa vadeli bir kredidir.<sup>80</sup> Ticari kredi, üretici veya satıcı bir işletmenin diğer üretici veya satıcılara mal satışıyla ortaya çıkan kredidir.<sup>81</sup> Diğer bir tanımla ticari kredi, satıcının dağıtım kanalında yer alan bir alıcıya sağladığı kredidir.<sup>82</sup>

Gelişmiş veya gelişmekte olan ekonomilerde genellikle satılan malların bedelinin tamamı hemen istenmez. Bu durumda satıcı tarafından mal teslimi ile herhangi bir ödeme yapmayan alıcıya fon sağlanmış olmaktadır. Bu özelliğiyle ticari kredi, stokların finansmanında kullanılan kısa vadeli bir kredi olmaktadır.<sup>83</sup>

### 1.2.2.2. Ticari Kredinin İşletmeler İçin Önemi

Ticari krediyi, sermaye yapısı zayıf, nakit sıkıntısı çeken, bankalardan kredi almak için kredi değerliliği yetersiz küçük ve orta ölçekli işletmeler sıkca kullanır.<sup>84</sup>

Yeni işe başlayan ve kaynak bulma imkanı az küçük işletmeler için ticari krediler, önemli bir kısa vadeli fon kaynağıdır.<sup>85</sup> Küçük işletmelerin stokları, aktifler içerisinde fazla olduğundan kullandıkları ticari kredi de fazladır.<sup>86</sup> Ticari krediyle, daha kolay ve daha hızlı iş yapılabilirdiği için değişim aracı olarak ta görülebilir.<sup>87</sup>

Ticari krediler satıcıların satışlarını artırırken, alıcılar için kullanıma hazır fon kaynağıdır. Satıcılar için ticari kredi karşılığında alınan senetler, ihtiyaç halinde vade beklenmeden alacağın tahsiline imkan vermesi<sup>88</sup> ve teminat olarak gösterilebilmesi yönüyle önem taşır. Ticari kredi veren işletmeler, üretim ve satışlarını aksatmamış olurlar.<sup>89</sup> Ticari kredilerde satıcılar, yeni müşteri ve pazarlar bulmayı da amaçlar.<sup>90</sup>

Ticari kredinin kredi kullanan için maliyeti diğer fon kaynaklarına göre bazen daha yüksek olabilirken, kredi veren için alacakları izleme, tahsilat giderleri ve

<sup>80</sup> HATİPOĞLU, s.53.

<sup>81</sup> Albert F. CHAPIN, George E. HASSETT, "Credit and Collection Principles and Practice", Sixth Edition, Mc Graw Hill Book Company Inc., New York, 1960, s.165.

<sup>82</sup> Ömer Baybars TEK, "Pazarlama İlkeler ve Uygulamalar", MOPAK Yay., İzmir, 1990, s.337.

<sup>83</sup> AKGÜÇ, s.471.

<sup>84</sup> BERK, s.147.

<sup>85</sup> AKGÜÇ, s.471.

<sup>86</sup> HATİPOĞLU, s.53.

<sup>87</sup> ERKAN, s.24.

<sup>88</sup> HATİPOĞLU, s.54.

<sup>89</sup> GÖNENLİ, s.446.

<sup>90</sup> AKGÜÇ, s.474.

alacağın değersiz hale gelebilmesi gibi maliyetler ortaya çıkmaktadır.<sup>91</sup> Ticari kredi kullanan için iskontodan yararlanamama gibi bir maliyet de söz konusu olmaktadır.

Ticari krediler, maliyet ve risk faktörü açısından sağlıklı bir şekilde analiz edildiği takdirde işletme karlılığına olumlu bir katkı sağlayacaktır.<sup>92</sup>

### 1.2.3. Tüketici (Perakendeci) Kredileri

Tüketici (perakendeci) kredisi, perakendeci işletmelerin tüketicilere sağladığı kredili alışveriş imkanıdır.<sup>93</sup> Satıcı veya üretici kredili satış yaparak tüketicinin mal veya hizmet sağlamasını finanse etmektedir. Burada tüketici, borcuna karşılık satıcıya borç senedi verir. Tüketici düzenlenen bu senetleri vadeleri geldikçe ödemek suretiyle bugünkü sınırlı kaynaklarıyla, imkanlarının üzerinde mal ve hizmet edinmiş olmaktadır.<sup>94</sup> Tüketici kredisi, mal veya hizmet satışlarında üretici işletme veya perakendeciler tarafından son tüketicilere direkt olarak sağlanan kredidir.

Burada, perakendeci işletmeler arasında süpermarketler istisna bir durum oluşturmaktadır. Bununla birlikte bir çok küçük tüccar da bu krediyi direkt olarak kendileri sağlamazlar ve kredi kartlarını tercih ederler. Kredi kartıyla yapılan satışlar tüccar için bir alacak hesabı oluşturmaz. Kartın çıkarıcısı bankalar (American Express, Vısa vb.) talimatı aldığıında ödemeyi tüccara yapar.<sup>95</sup> Büyük mağazalar, müşteriye direkt kredi verirler ve kredili satışlar onlar için alacak hesabı olmaktadır.

Tüketicileri kredili alımlara sevk eden en önemli unsur, modern toplumun doğurduğu ihtiyaçları karşılamada gelir düzeyinin yetersiz kalmasıdır. Bu sorunun çözümü için başvurulan alternatiflerden birisi de satıcıların tüketicilere sundukları “tüketici kredileri” olmaktadır. Tüketicileri kredili alımlara sevk eden diğer unsurlar ise; kredinin sağlamış olduğu kolaylıklar, kişilerin hayat tarzlarını değiştirmek istemeleri ya da parasal olarak zor durumda bulunmaları olabilir. Kredi, müşterinin

<sup>91</sup> AKGÜÇ, s.474.

<sup>92</sup> ERKAN, s.40.

<sup>93</sup> TEK, s.341.

<sup>94</sup> Ergun ÖZSUNAY, “Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar” (Panel), İTO Yay., İstanbul, 1992, s.4.

<sup>95</sup> Lawrence D. SCHALL, Charles W. HALEY, “Introduction to Financial Management”, Mc Graw Hill, New York, 1991, s.641.

satın aldığı mal türünü etkilememekle beraber müşteriler, hizmet ve dayanıksız tüketim mallarından çok dayanıklı tüketim mallarında kredili alım yapmaktadır.

Kredili satışlar için ileri sürülen bir eleştiri, kredinin, tüketicileri daha çok mal ve hizmet alımına yönelttiği, bunun da bir tüketim alışkanlığının oluşmasına, toplam tüketim harcamalarının artmasına ve enflasyonun yükselmesine neden olduğudur. Ancak tüketicilerin bütün alışverişlerini peşin yapmaları halinde de daralacak toplam iş hacmi, birim maliyetleri artıracığı için artan fiyatlar da enflasyonu artırır.<sup>96</sup>

Diğer bir eleştiri de tüketicilerin kredili mal alımlarından doğan borçlarını ödeyebilmek için, zorunlu olarak tasarrufa yöneleceği, tüketicinin tasarrufa yönelmesiyle uzun dönemde marjinal tüketim eğiliminin azalacağıdır. Kredili alımlarda tüketicilerin mallar arasında seçim yaptığı ve tüketimin tercih edilen mal türünde artıp vazgeçilen mal türünde azaldığı şeklinde eleştiri de yapılmaktadır. Bu iki görüş, kredili satışların enflasyonu artırıcı görünümünü ortadan kaldırmaktadır.

İşletmeler, tüketicilerin sınırlı gelirlerinden dolayı az olan talebi, kredili satışlarla tüketiciyi finanse ederek artırmaya çalışır. Kredili satışla artırılan talebi karşılamak için üretimin artırılması da kapasite kullanım oranını olumlu yönde etkileyeceğinden maliyetler düşürülerek karlılık artırabilir.

Kredili alım yapan müşterilerin taksitlerini ödemek için işletmeye daha fazla gelecek olması, satıcının diğer mallarını da görebilmesini ve böylece alıcıyla satıcı arasında daha yakın bir ilişki kurulmasını sağlayabilecektir.

Kredili satışlar işletmelere, sermaye yatırımının alacaklara dönüşmesi (tüketici finanse edilmektedir), kredi riski ve kaybına muhatap olunması ile kredinin geriye dönüş işlemleri ve şartların belirlenmesi sorunlarını da beraberinde getirmektedir.<sup>97</sup>

Kredili satışlar ayrıca, kredili satış departmanının oluşturulması, kredili satış, muhasebe ve finansman alanlarında çalışacak uzman yönetici ve personele ihtiyaç duyulması ve işletme içinde eşgüdümün sağlanmasını da gerekli kılmaktadır.

<sup>96</sup> TEK, s.343.

<sup>97</sup> Ruhi GÜRDAL, "Kredili (Taksitli) Satışlar ve Faiz-Peşinat Dengesine Analitik Bir Yaklaşım", *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Yıl:2, Sayı:8, Mart/Nisan 1988, s.32-33.

**İKİNCİ BÖLÜM**  
**ENFLASYONİST ORTAMDA**  
**ALACAK YÖNETİMİ POLİTİKASI VE PLANLAMASI**

**2.1- KREDİLİ SATIŞLARDAN KAYNAKLANAN ALACAKLARIN**  
**ÇALIŞMA SERMAYESİ İÇİNDEKİ YERİ**

**2.1.1. Kredili Satışlar**

**2.1.1.1. Kredili Satışın Tanımı**

İşletmeler, ürettikleri mamulleri, ticari mal ve hizmetlerini peşin satabilecekleri gibi vadeli de satabilir. Peşin satışlar işletmeye nakit girişi sağlamasına rağmen işletmeler, müşteri çekebilmek, satışları artırmak veya satış seviyesini koruyabilmek ve rekabet edebilmek gibi amaçlarla vadeli satışları tercih edebilmektedir.

Vadeli satışlar, mal veya hizmet bedelinin belirlenen süre içerisinde genellikle eşit parçalar halinde ödenmesi şartıyla yapılan satışlardır.<sup>98</sup> Vadeli satışlar temelde, kredili satışlar ve taksitli satışlar olmak üzere iki satış şeklini ifade etmektedir.

Üretici işletmelerin pazarlama kanalı içerisinde yer alan aracılara yaptıkları vadeli satışlara kredili satış, üretici veya perakendeci işletmelerin son tüketicilere yaptıkları satışlara ise taksitli satış denir.

Kredili satışlar ile taksitli satışlar arasında iki fark vardır. Birincisi, kredili satışlarda alıcı toptancı veya perakendeci bir işletme iken, taksitli satışlarda alıcı son tüketicidir. İkincisi ise, kredili satışlarda tahsilat süresi 30-60 gün gibi çok kısa iken, taksitli satışlarda 6-36 ay arası, arsa ve emlakta ise 10-15 yıl arası olabilmektedir.

Kredili satışları, üreticilerin satışlarını artırmak ve rekabet edebilmek amacıyla, satış bedelini belirlenen vadelerde tahsil etmek üzere toptancı veya perakendecilere yaptıkları satışlar olarak tanımlayabiliriz.

---

<sup>98</sup> GÜRDAL, s.31.

Kredili satışların yönetimi genellikle finans yöneticisinin sorumluluğundadır. Kredili satışlardan doğan alacakların tahsil edilememesi, işletmeleri büyük zararlara sürükleyebileceğinden kredili satışlar oldukça önemlidir. Bu nedenle işletmeler özellikle de finans yöneticileri, kredili satışlarda şu hususlara dikkat etmelidir.<sup>99</sup>

i. Kredi açmayla ilgili bir prosedür olmalıdır. Genel kurallar ve yetki alanları belirlenmeli, ilgili kişilere sunulmalıdır,

ii. Alacaklarla ilgili güncel şartlara göre yeterli bilgi sağlanmalıdır,

iii. Kredi dosyalama sistemi olmalı ve dosyada şu bilgilere yer verilmelidir:

- Müşterinin şahsı ve işletmesiyle ilgili tüm bilgiler,
- Alacağın durumu, potansiyel karlılığa karşı riskin derecesinin ölçümü,
- Satılan malların karlılığına karşı zaman faktörü, stok ve alacak maliyeti.

iv. Tahsili yavaş hesaplar için özel şartların var olup olmadığı belirlenmelidir,

v. Tahsilat sorumlusunun kim olduğu bilinmelidir,

vi. Genellikle normal kredi limiti aşılmıca satış elemanlarının çalışması kontrol edildiğinden, ara ara kontrollerle satışların özel şartlara uygunluğu belirlenmelidir,

vii. Alacak hesaplarıyla ilgili raporlar hazırlanmalı ve incelenmelidir.

#### **2.1.1.2. Kredili Satışların Faydaları ve Sakıncaları**

##### **2.1.1.2.1. Kredili Satışların Faydaları**

Kredili satışların faydaları, satıcı ve tüketiciler açısından şöyle sıralanabilir:<sup>100</sup>

##### ***Kredili Satışların Satıcı İşletmeler Açısından Faydaları;***

- i. Toplam satışları artırır,
- ii. Kredili mal satışlarını artırır,

<sup>99</sup> Gülümser UNKAYA, "Alacakların Finansal Yönetimi", Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:7, Sayı:1, İzmir, 1992, s.77.

<sup>100</sup> TEK, s. 341.

- iii. Kaliteli ve pahalı mallar daha kolay ve hızlı satılabilir,
- iv. Aylık satışlar, ay içine yayılarak normal bir dağılım gösterir,
- v. Müşterinin işletmeye bağımlılığı artar,
- vi. Müşterilerin peşin satın almalarına oranla satın aldıkları mal miktarı artar,
- vii. Tüketicinin fiyat karşısında titizliği nispeten azalır,
- viii. Kredi hesap kayıtlarından tüketicilerin demografik özellikleri öğrenilerek, bu bilgilerle geleceğe yönelik stratejiler geliştirilebilir.

***Kredili Satışların Tüketiciler Açısından Faydaları;***

- i. Enflasyonist ortamda tüketiciler açısından karlı bir uygulamadır,
- ii. Müşteri yaptığı birçok alışveriş için bir defa ödemede bulunur,
- iii. Tüketiciler istedikleri malı, istediği zaman alıp bedelini sonra öderler;
- iv. Kredili satın alınan malın iadesi daha kolaydır,
- v. Tüketici, elindeki nakit parayı daha önemli ve acil ihtiyaçlarında kullanabilir,
- vi. Telefon veya mektupla sipariş verilebilir,
- vii. Gelir seviyesi orta ve düşük tüketicilerin yaşam seviyesi yükseltilebilir.

**2.1.1.2.2. Kredili Satışların Sakıncaları**

Kredili satışların sakıncalarını da satıcı işletmeler, tüketiciler ve ülke ekonomisi açısından ele alarak şöyle sıralayabiliriz:

***Kredili Satışların Satıcı İşletmeler Açısından Sakıncaları;***

- i. Kredi açma maliyeti yüksektir,
- ii. Malın maliyetini artırır,
- iii. Şüpheli alacak zararları doğabilir,
- iv. İşletme sermayesi ihtiyacı artar,

v. Yeni kaynak bulmada sorunlarla karşılaşılabilir.

***Kredili Satışların Tüketiciler Açısından Sakıncaları;***

- i. Tüketicileri, alınması zorunlu olmayan malları satın almaya teşvik eder,
- ii. Maliyeti yüksek olabilir.

***Kredili Satışların Ülke Ekonomisi Açısından Sakıncaları;***

- i. Kredili satışlar talebi artıracığından enflasyonun yükselmesine sebep olur,
- ii. Artan enflasyon ekonomiye ve tüm kesimlere zarar verebilir.

**2.1.1.3. Kredili Satışlarda Kullanılan Ödeme Araçları**

İşletmeler kredili satışlarında poliçe, bono ve çek gibi kıymetli evraklarla alacaklarını belgeye bağlayabilecekleri gibi belgeye bağlamadan açık hesap şeklinde de kredili satış yapabilmektedir. Bu tercihte güven unsuru etkili olmaktadır.

**2.1.1.3.1. Belgeye Bağlanan Satışlar**

İşletmelerin kredili satışlarında borç-alacak ilişkisini ispatlamak amacıyla düzenledikleri yazılı belgelere senet denmektedir. Alacakların senede bağlanması, gerek güvence bakımından gerekse alacağın vadesinden önce paraya çevrilerek nakit ihtiyacının karşılanmasına imkan verdiği için tercih edilen bir uygulamadır. Ticaret kanununun düzenlediği kredi aracı olarak kullanılan senetler; çek, bono ve poliçedir. Uluslararası ticarete yaygın olarak kullanılan kredi aracı ise akreditiflerdir.

**i. Poliçe**

Poliçe, senedi düzenleyen (keşideci), bir kişiye (muhatap), poliçede ismi geçene (lehdar) belli bir tutarı ödeme emri veren, üçlü ilişkiyi düzenleyen senettir.<sup>101</sup>

Poliçe tutarını ödeyecek olan muhatap, poliçeyi kabule zorlanamaz ancak kabul ettikten sonra senedin asıl borçlusu olur. Poliçenin devri, ciro ve teslim ile olur.<sup>102</sup>

<sup>101</sup> Oğuz İMREGÜN, "Kara Ticareti Hukuku Dersleri", Filiz Kitabevi, İstanbul, 1993, s.548.

<sup>102</sup> Reha POROY-Ünal TEKİNALP, "Kıymetli Evrak Hukuku Esasları", Beta Basın Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1995, s.115.



Poliçede vade, belirli bir günde, düzenlenme tarihinden itibaren bir süre sonra, görüldüğünde ve görüldüğünden belirli bir süre sonra olmak üzere dört şekildedir.

## ii. Bono

Bono, belirli şekil şartlarına bağlıdır ve belirli bir miktar para ödemeyi taahhüt eder. Bir ödeme aracı olarak bono, ekonomik yönden kredi fonksiyonuna sahiptir.<sup>103</sup> İkili bir ilişkiyi düzenleyen bono, bir ödeme vaadidir ve bonoyu düzenleyen keşideci, lehdara veya emrine belirli bir meblağı ödeme vaadinde bulunmaktadır.

Türkiye’ de yaygın olarak kullanılan bono, ticari işlemlerde kredi ve ödeme aracı olarak kullanıldığı gibi hatır senedi olarak kredi sağlamada da kullanılmaktadır.

Bonoda vade poliçede olduğu üzere dört şekildedir.

## iii. Çek

Çek, bankaya nakden veya hesaben yatırılmış bir paranın veya bankanın açtığı bir kredinin alınması için kullanılan bir ödeme aracıdır.<sup>104</sup> Koşulsuz ve belirli bir bedelin ödenmesi için sadece bir bankaya hitaben yazılan çek, şekle bağlı ve havale niteliğinde bir ödeme aracıdır. Süresi içinde ibraz edildiği halde muhatap banka tarafından çek ödenmediği takdirde keşideci (çeki düzenleyen) sorumlu olur.

Çekte vade, “ibraz edildiğinde ödenmesi” şeklinde tek tiptir ve başka şekilde konamaz. Çeke vade konmuşsa vade konulmamış kabul edilerek görüldüğünde yine ödenir.<sup>105</sup> Çekte ibraz süresi, keşide ve ödeme yerine göre değişmektedir. Çek on gün, bir ay veya üç ay içinde ibraz edilmelidir, bu süreler değiştirilemez.<sup>106</sup>

## iv. Akreditifler

Uluslararası ticarete yaygın olarak kullanılan kredi araçlarından birisi olan akreditifler, hem ihracatçı hem de ithalatçı açısından güven unsuru olmaktadır.

<sup>103</sup> A. Çetin OĞUZOĞLU, “Açıklamalı-İçtihatlı Uygulamada Çek ve Bono”, Temel Yayınevi, İstanbul, 1986, s.17.

<sup>104</sup> Özcan ÖZAL,- Oya YILDIRIM- Nergis TEK, “Muhasebe, İlkeler ve Uygulamalar”, Altındağ Matbaacılık, İzmir, 1994, s.158.

<sup>105</sup> İMREGÜN, s.582.

<sup>106</sup> Ergun TUNA, “Ticaret Hukuku Prensipleri- Kıymetli Evrak”, Marmara Üniversitesi Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı No: 432-666, İstanbul, 1989, s.286.

Akreditif, bir bankanın ithalatçının direktifleri doğrultusunda, belirli belgeler ve şartlara göre, belirli bir süre içinde belirli bir parayı ihracatçıya ödeyeceğini veya düzenleyeceği poliçeleri kabul edeceğini yazılı olarak taahhüt etmesidir.<sup>107</sup>

İhracatçı, ithalatçıyı iyi tanımıyorsa veya ithalatçının ülkesinde para kısıtlamaları varsa kredili satış yapan ihracatçı, ithalatçının ödeme vaadi için bir banka desteği isteyebilir. İthalatçı da malların teslimine kadar ödeme yapmak istemeyebilir. Bu durumlarda kullanılacak en uygun kredi aracı akreditiftir.

Akreditifte, akreditif amiri (akreditif açtıran), akreditif lehdarı (lehine akreditif açılan), amir banka (akreditifi açan banka) ve aracı banka (amir bankanın ödememesi halinde ödemeyi taahhüt eden banka) olmak üzere dört taraf bulunmaktadır.<sup>108</sup>

#### **2.1.1.3.2. Belgeye Bağlanmayan Satışlar (Açık Hesap)**

Karşılıklı güvene dayanan kredili satışlarda alıcı sipariş verince, satıcı alıcıya güveniyorsa, malı ve faturayı gönderdikten sonra, defterlerinde alıcıyı borçlandırır.<sup>109</sup> Belgesiz satışlarda resmi bir belge düzenlenmediğinden satıcı, alıcının borcunu vadesinde ödeme yükümlülüğü ile ilgili hiçbir delile sahip değildir.<sup>110</sup>

#### **2.1.2. Kredili Satışların Maliyeti ve Enflasyonun Etkileri**

İşletmeler için kredili satışların maliyeti; işletmenin içinde bulunduğu hayat seyri, rekabet durumu ve ekonomik konjoktüre göre farklı olarak algılanmaktadır. Kredili satışların maliyeti enflasyonun varlığına göre de değişebilmektedir.

##### **2.1.2.1. Kredili Satışların Maliyeti**

###### **2.1.2.1.1. Kaynak Maliyeti**

Kredili satış yapan işletmelerde kullanılan ticari kredinin finansmanı için bir fon ayrılması zorunludur. Ödenmiş sermayesi büyük ve kaynakları elverişli olan

<sup>107</sup> Ümit ATAMAN-Haluk SUMER, "Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi", 3. Baskı, İsmail Akgün Vakfı Yayın No:4, İstanbul, 1988, s.27.

<sup>108</sup> ATAMAN ve SUMER, s.28-29.

<sup>109</sup> Zeyyat HATİPOĞLU, "Ayrıntılı İşletme Finansı", Lebib Yalkın Yay., İstanbul, 1995, s.104.

<sup>110</sup> Alan C. SHOPIRO, "Modern Corporate Finance", McMillan Publishing Company, New York, 1990, s.858.

işletmelerde ticari kredinin finansmanına ayrılacak kaynak fazla olacağından ve ticari krediyi dış kaynaklarla finanse etmediği için finansman gideri olmayacaktır.<sup>111</sup> Diğer taraftan çoğu işletme kredili satış finansmanında kredi kaynaklarına başvurmaktadır.

Kredili satış yapan birçok işletme geciken tahsilat nedeniyle borç ödeyememe veya yabancı kaynak kullanma zorunda kaldığından kredili satış yaparken müşterilerine, banka kredi oranını ya da biraz fazlasını vade farkı olarak uygular.<sup>112</sup>

#### **2.1.2.1.2. Personel Maliyeti**

Kredili satışlarla ilgili ayrı bir bölüm ve personel istihdamı olduğunda bu durum işletmeye ayrı bir maliyet getirecektir.

#### **2.1.2.1.3. Hizmet Maliyeti**

İşletmeler alacak takibinde genellikle yazışma, kırtasiye, haberleşme, büro hizmetleri vb. maliyetlerle karşı karşıyadır. Vadesi geçmiş alacakların tahsili de hizmet maliyetlerinden birisini oluşturmaktadır.

#### **2.1.2.1.4. Kullanılan Ekipmanın Maliyeti**

Bazı büyük işletmelerde kredili satış yönetimi için ayrı bir birim ve yer kullanılmaktadır. Bu durumda kullanılan yer işletmenin kendi yeri ise binanın amortismanı, kira ise kira gideri bir maliyet unsurudur. Sigorta, tamir-bakım vb. işletme giderleri de başka maliyet unsurlarıdır. Kullanılan bilgisayar ve diğer makineler, bunların yıllık masrafları da maliyet olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### **2.1.2.1.5. Tahsilat Maliyeti**

Kredili satıştan doğan alacağın tahsili için katlanılan yazışma, haberleşme, makine, büro malzemeleri ve personel gideri gibi maliyetlerdir.

<sup>111</sup> Oktay GÜVEMLİ, "Alacakların Yönetimi", İktisat ve Maliye, C.XXV, S.11, Şubat 1979, s. 466.

<sup>112</sup> ERKAN, s. 47.

### 2.1.2.1.6. Değersiz Alacakların Maliyeti

Kredili satıştan doğan alacakların tahsil edilme olasılığı çok zayıf olanların bir kısmının veya imkansız olanların kredi maliyetleri içine alınması yeğlenmektedir. İşletmeler bu tür alacakları, geçmiş yıllardaki tecrübeleriyle yüzde olarak hesaplar.

### 2.1.2.2. Enflasyonun Kredili Satışların Maliyetine Etkileri

Enflasyonist ortamda aşırı rekabet, talepteki kaymalar ve bazen talebin üretim kapasitesinin yarısını bile karşılayamayacak derecede olması nedeniyle, yalnızca değişken giderleri karşılayabilmek için işletmeler, uzun vadeli ve vade farkının alınamadığı kredili satışlar yapmaya mecbur kalmaktadır.<sup>113</sup>

İşletme öz sermayesine katkı sağlaması amacıyla aktiflere yatırım yapılırken bunların kaynak maliyeti ve zaman itibariyle değerleri dikkate alınır. Aynı durum alacak yatırımında da göz önüne alınarak kredili satış politikaları belirlenmelidir.<sup>114</sup>

Enflasyon ortamında kaynakların alacaklara bağlanmasıyla işletmeler reel olarak değer kaybına uğrar ve satın alma güçleri azalır.<sup>115</sup> Örneğin enflasyon oranı ne olursa olsun 500.000.000 TL' lık bir alacak, vadesi geldiğinde yine 500.000.000 TL olarak tahsil edilecektir. Bu alacağın doğduğu tarihle tahsil edildiği tarihteki satın alma güçleri farklı olacaktır. Alacağın değeri satın alma gücü olarak düşecektir.

Bir varlığın satın alma gücü olarak korunması; dönem sonu değerinin, dönem başındaki satın alma gücünü aynen koruması demektir.<sup>116</sup> Enflasyon etkisiyle satın alma gücünün değiştiğini bir örnek üzerinde açıklayalım:<sup>117</sup>

01 Haziran'da 200.000.000 TL' ye mal edilen bir mamul 01 Temmuz'da 300.000.000 TL' ye iki taksit halinde satılmıştır. 01 Ağustos'ta 150.000.000 TL birinci taksit, 01 Eylül'de de 150.000.000 TL ikinci taksit tahsil edilmiştir.

<sup>113</sup> Ayhan YAVRUCU, "Enflasyonun Ortamında İşletmelerdeki Üretim, Fiyat, Stok, Pazarlama ve Ücret Politikaları", Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi Sempozyumu, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mülkiyeliler Matbaacılık, İstanbul, 1990, s.56.

<sup>114</sup> TURKO, s.248.

<sup>115</sup> AKDOĞAN, TENKER, s.421.

<sup>116</sup> AKDOĞAN, AYDIN, s.489.

<sup>117</sup> UMAN, s.72-73.

Genel fiyat seviyesi indeksleri şöyle olsun:

	01 Haziran	01 Temmuz	01 Ağustos
İndeks	100	108	115

Bu durumda kredili satışın satış hasılatı ve satış maliyeti, tarihi maliyet ve indekse göre düzeltilmiş olarak (1 Ağustos para değeriyle) şöyle olacaktır:

	Tarihi Maliyetle (1. Taksit)	Düzeltilmiş Olarak(1. Taksit)
Satış Hasılatı	150.000.000 TL	159.722.222 TL
Satış Maliyeti	100.000.000 TL	115.000.000 TL
Kar	50.000.000 TL	44.722.222 TL

Satılan malın maliyeti ile satış fiyatı aynı para birimiyle ifade edildiğinde, işletmenin bu satış işleminde 5.277.778 TL (50.000.000 – 44.722.222) satın alma gücü kaybı (enflasyon kaybı) meydana gelmektedir.

Türkiye’ de enflasyonla ilgili yaşanan belirsizliğin iki şekli vardır. Bunlardan birincisi, enflasyonun yüzde kaç olduğunun bilinmemesidir. Çünkü değişik indeksler söz konusudur ve indekslere de güvenilmemektedir. Diğeri ise, gelecekteki enflasyonun tahmin edilememesidir. Enflasyondaki istikrarsızlık nedeniyle enflasyon oranının ilerleyen yıllarda ne olacağı kestirilememektedir.<sup>118</sup> Bu nedenlerle de enflasyon ortamında gerçekçi maliyet ve satış fiyatının hesaplanması zorlaşmaktadır.

Kredili satış yapılırken satılan malın maliyet ve fiyatı sürekli izlenmeli ve satış fiyatı ile ikame değeri arasında olumlu bir fark olmasına dikkat edilmelidir.<sup>119</sup> Ayrıca tarihi ve enflasyona göre düzeltilmiş alacak tutarları ayrı ayrı izlenmelidir.<sup>120</sup>

<sup>118</sup> Özer ERTUNA, “Enflasyonun Ortamında İşletmelerdeki Üretim, Fiyat, Stok, Pazarlama ve Ücret Politikaları”, *Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi Sempozyumu*, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mü-Ka Matbaacılık, İstanbul, 1990, s.52.

<sup>119</sup> Ergun ŞENLİK, “Enflasyonun Ortamında İşletmelerdeki Üretim, Fiyat, Stok, Pazarlama ve Ücret Politikaları”, *Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi Sempozyumu*, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mü-Ka Matbaacılık, İstanbul, 1990, s.50.

<sup>120</sup> UMAN, s.24.

Kredili satışlar için belirlenen faiz oranı, enflasyonun etkisiyle yüksek tutulurken, enflasyonun etkisi maliyet hesaplamalarında da dikkate alınmalıdır.

Enflasyonist ortamda kredili satış yapılırken, tahsilattaki gecikmeler nedeniyle meydana gelen satın alma gücündeki kayıp ve kazançları içeren bilgiler işletmelerde izlenmelidir. Bu şekilde davranmak uzun vadede işletmelere katkı sağlayacak ve alınacak kararların daha gerçekçi olmasına yardımcı olacaktır. Satın alma gücü kayıp ve kazançlarını bir örnekle açıklayalım.<sup>121</sup>

### ÖRNEK :

İşletme, 300.000.000 TL tutarındaki malı 180 gün vadeli olarak satmıştır. O yılın enflasyon oranı %60 ve yıllık kredi faiz oranı da % 66' dır. İşletmenin satın alma gücü kayıp ve kazancı ile kredinin maliyetini bulalım.

$$\text{Kredi faiz maliyeti} = \frac{300.000.000 \times 66 \times 180}{36.000} = 99.000.000 \text{ TL.}$$

Alacağa bağlanan 300.000.000 TL' nin 180 günlük süredeki satın alma gücü kaybı (enflasyon kaybı) da şöyle olacaktır:

$$\text{Satın alma gücü kaybı} = \frac{300.000.000 \times 60 \times 180}{36.000} = 90.000.000 \text{ TL.}$$

$$\text{Toplam kredili satış maliyeti} = \text{Kredi faiz maliyeti} + \text{Satın alma gücü kaybı}$$

$$\text{Toplam kredili satış maliyeti} = 99.000.000 + 90.000.000$$

$$= 189.000.000 \text{ TL.}$$

Kredili satış işlemine kaynak maliyeti açısından baktığımızda, işletme, bankadan alacağı 180 gün vadeli 300.000.000 TL borçla kredili satışı finanse etseydi enflasyon oranındaki satın alma gücü kazancı da şöyle olacaktı:

<sup>121</sup> ERKAN, s. 52-53.

$$\text{Satın alma gücü kazancı} = \frac{300.000.000 \times 60 \times 180}{36.000} = 90.000.000 \text{ TL.}$$

İşletme kredi faiz maliyeti olan 99.000.000 TL' yi satın alma gücü kazancı ile karşıladığında gerçek faiz maliyeti aradaki fark kadar olacaktır:

$$\text{Gerçek faiz maliyeti} = \text{Kredi faiz maliyeti} - \text{Satın alma gücü kazancı}$$

$$\begin{aligned} \text{Toplam kredili satış maliyeti} &= 99.000.000 - 90.000.000 \\ &= 9.000.000 \text{ TL.} \end{aligned}$$

İşletmeler enflasyonun etkisinden kurtulabilmek için alacaklarını, faizsiz olarak sağlayacakları borçlar (kredili alımlar) kadar tutacak bir yol da izleyebilirler. Böylece alacakta meydana gelecek kayıp, borçta meydana gelecek kazançla karşılanabilir.<sup>122</sup>

Enflasyonun etkisini azaltabilmek için alacak tahsil süresi kısaltılmaya çalışılmalıdır. Ayrıca satış fiyatının hesaplanmasında dövizle de işlem yapılabilir.<sup>123</sup>

### 2.1.3. Çalışma Sermayesi Yatırımları ve Çalışma Sermayesi Yönetimi

Tüm işletmeler süreklilik gösterebilmek ve amaçlarına ulaşabilmek için değişik ölçülerde iktisadi varlıklara sahip olmalıdır. Bunun sonucu olarak ta, varlıklarını maksimum verimle kullanmak, en uygun aktif yapısını oluşturmak zorunda kalacak ve sermayelerini ona göre yönlendireceklerdir. İşte, elde edilen sermayenin kullanım alanlarını gösteren bilançonun aktif kısmı bu açıdan önemlidir.

Dönen varlıklara yapılan yatırımların bölünebilir olma özellikleri, gerçekleşen ve değişen satış fiyat ve miktarına göre sürekli dalgalanma gösteren yeni dönen değer yatırım ihtiyacı, dönen değerlere ayrı bir önem verilme gereğini doğurur.

<sup>122</sup> ERTUNA, s.53.

<sup>123</sup> ŞENLİK, s.47.

### 2.1.3.1. Çalışma Sermayesi Kavramı ve Duran Varlıklarla İlişkisi

#### 2.1.3.1.1. Çalışma Sermayesi Kavramı

Dönen varlık yatırımlarını ifade eden çalışma sermayesine, işletme sermayesi veya brüt çalışma sermayesi de denir. Dönen varlıklardan kısa vadeli yabancı kaynakları çıkardığımızda kalan varlıklara ise net çalışma sermayesi denir.

Çalışma sermayesi, faaliyetler için gerekli duran varlıkları üretime geçirmek ve gelir getirmeye başlatmak için kullanılan değerlerdir. Bir başka ifadeyle çalışma sermayesi, tüm girdilerin sağlanarak ürünlerin üretilmesi ve satılmasına yani gelir getirmeye başlamasına kadar geçen süre içinde üretim faktörlerine bağlanan fonların ve yapılacak diğer harcamaların karşılanması için kullanılır.<sup>124</sup>

Üretim faktörlerinin hazır hale getirilmesinden sonra işletmenin amaçlarını gerçekleştirebilmesi yani faaliyetlerini sürdürebilmesi için çeşitli likit fonları hazır tutması gerekir. Üretim ve satışların yapılması, kredili satışlardan doğan alacakların tahsil edilmesi, kullanılan yabancı kaynakların ana para ve faizlerinin ödenmesi gibi durumlar hazır likit fon bulundurmaya gerektirir. İşte bu amaçlarla kullanılan ve kısa sürede paraya dönüşebilen varlıklara "*çalışma sermayesi*" denir.

David ASCH ve G.Roland KAYE, İngiltere' deki işletmelerin genelde toplam aktiflerinin % 40'ı oranında çalışma sermayesine sahip olduğunu belirtmiştir.<sup>125</sup> Kalan % 60 'lık kısım ise sabit varlıkları ifade etmektedir. "40 - 60" oranının tüm işletmeler için geçerli olduğu elbette düşünülemez. Zira özellikle hizmet işletmelerinde bu oranın çalışma sermayesi lehine değiştiği görülmektedir. ASCH ve KAYE' in bu tespiti Türkiye' deki çoğu işletmeler için de geçerli olabilmektedir.

Çalışma sermayesi unsurlarının dönem içerisinde sürekli değişmelerine rağmen işletmede günlük faaliyetlerin yürütülebilmesi için belli miktarda dönen varlık her zaman elde tutulmalıdır. İşletmede ihtiyaç duyulan bu minimum çalışma sermayesine "*Sürekli Çalışma Sermayesi*" denir. İşletmeler süreli çalışma sermayesi üzerinde bir

<sup>124</sup> AKSOY, s.2.

<sup>125</sup> David ASCH, and G.Roland KAYE, "*Financial Planning: Modelling Methods and Techniques*", Kogan Page Limited, London, 1990, s.86.

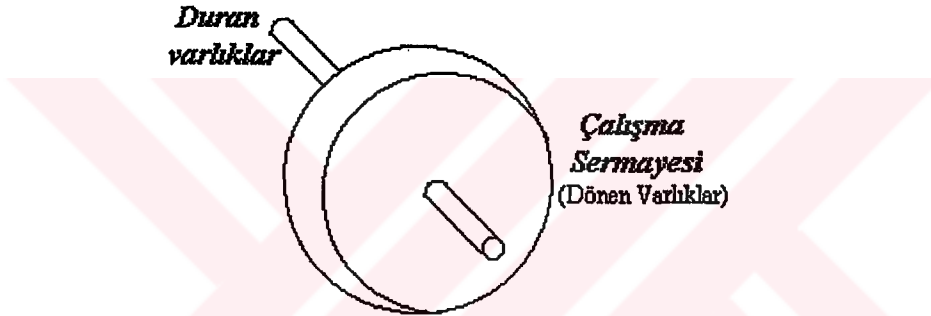


miktarı da elde tutarlar ki buna da “*Değişken Çalışma Sermayesi*” denir. Değişken çalışma sermayesi miktarı mevsimlik faktörler nedeniyle değişebilmektedir.<sup>126</sup>

Çalışma sermayesi Tekdüzen Muhasebe Sistemi'nde 6 ana gruba ayrılmıştır. Bunlar; Hazır Değerler, Menkul Değerler, Ticari Alacaklar, Diğer Alacaklar, Stoklar ile Peşin Ödenmiş Giderler ve Gelir Tahakkukları' dır.

### 2.1.3.1.2. Çalışma Sermayesi ile Duran Varlıklar İlişkisi

Çalışma sermayesi döngüsünün duran varlıklarla ilişkisi (dönen ve duran varlıklar arasındaki ilişki) şekil: 1' de bir çark sembolü ile gösterilmektedir.<sup>127</sup>



Şekil 1: Çalışma Sermayesi-Duran Varlıklar İlişkisi

Şekilde mil, duran varlıkları gösterirken, mil üzerinde dönen çark ise çalışma sermayesini göstermektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere duran varlıklar çalışma sermayesinin işletilebilmesi için gerekli olmaktadır. Diğer bir deyişle çalışma sermayesi, duran varlıklar yardımıyla faaliyet gösterebilmektedir. Minimum duran varlıklar ile çalışma sermayesine sahip olma ihtiyacı, kullanılan sermayenin her bir devrinde getiriye maksimize etmek için tek başına yeterli değildir, getiriye maksimize etmek için başka şeylere de ihtiyaç vardır. Bu amaca şu şekilde ulaşılabilir:

- i- Maliyetten hasılatı doğru ilgili hedefi maksimum tutmak,
- ii- Döngünün minimum sürede tamamlanmasını sağlamak.

Bu şartlar yerine getirildiği takdirde maksimum getiriye ulaşılabilir.

<sup>126</sup> Semih BÜKER, "Finansal Yönetim", Ankara, 1983, s.72.

<sup>127</sup> ASCH and KAYE, s.88.

### 2.1.3.1.3. Enflasyonun Çalışma Sermayesine Etkileri

Enflasyon, çalışma sermayesini aşındırarak tahminlerden daha fazla çalışma sermayesi gerektirir. Yeteri kadar çalışma sermayesi elinde bulundurmeyen firmalar, satışlarını artırmak veya koruyabilmek için kredili alımlara mecbur kalabilirler.

1970' lerde artan enflasyon, işletmelerin temel üretim girdileri olan ilk madde ve malzeme ile işçilik giderlerini zaman zaman enflasyon oranından daha fazla artırmıştır. 1973 yılındaki buhranla ortaya çıkan petrol fiyatlarındaki artışlar 1980' lerde de devam etmiştir. Maliyetlerde önemli artışlara neden olan temel girdilerdeki artışlar aynı üretim seviyesine ulaşmak için gerekli çalışma sermayesini artırmıştır.<sup>128</sup>

Enflasyonist dönemlerde duran varlık yatırımları yaparak üretim ve satış hacimlerini artırmak isteyen işletmelerin, çalışma sermayesi ihtiyaçları da artar.<sup>129</sup>

Enflasyonun çalışma sermayesi ihtiyacını artırma nedenleri şunlardır:<sup>130</sup>

- i. Enflasyonist ortamda günlük faaliyetlerin devamı için gerekli nakit artar.
- ii. Enflasyonla tutar olarak artmış görünen kredili satışlar, alacakları da artırır.
- iii. Enflasyonist ortamda stokların parasal ve fiziki miktarları arttığı gibi emniyet stokunu artırma isteği de fazla olur.

Enflasyonist dönemlerde karlılığı yüksek işletmeler bile nakit ihtiyacı duyar.<sup>131</sup> Nakit yönetiminde başarılı olabilmek için ihtiyaç duyulan nakit miktarı ve nereden sağlanacağı ile nakit bulundurma maliyetinin bilinmesi gereği<sup>132</sup> çalışma sermayesini enflasyon dönemlerinde uzun vadeli kaynak ihtiyacından ön plana çıkarmaktadır.

Enflasyon, tasarruf sahiplerinin hisse senetlerine yönelimini engeller.<sup>133</sup> Çünkü enflasyonda hisse senetleri değerleri, nominal olarak aynı kalırken reel olarak düşer.

<sup>128</sup> Ayşegül MUTLU, "Türkiye' de Enflasyon Olgusu ve Enflasyonun Gelir Vergisi Üzerindeki Etkileri", *Yaklaşım Dergisi*, Yıl:2, Sayı:21, Eylül 1994, s.41.

<sup>129</sup> GÖNENLİ, s.408.

<sup>130</sup> Öztin AKGÜÇ, "Enflasyon ve İşletme Sermayesi Finansmanı", *Enflasyonda Sevk ve İdare Semineri Notları*, Türk sevk ve İdare Derneği Yayını, İstanbul, 1975, s.87.

<sup>131</sup> ERKAN, s.29.

<sup>132</sup> Cengiz Aykut SEDEF, "Nakti Yönetimi ve Nakit Yönetimi Modellerinin İncelenmesi", *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, S.4, Mayıs 1983, s.95.

<sup>133</sup> M.Şükrü TEKBAŞ, "Sermaye Piyasası", *Banka ve Ekonomik Yorumlar*, S:1, Ocak 1985, s.57.

Enflasyonist ortamda, alacak senetlerinin nominal değerleri değişmezken satın alma güçleri (reel değeri) azalır. Teorik olarak senetsiz alacakların devir hızı daha yüksek olduğundan enflasyondan daha az etkilendikleri düşünülmeyle birlikte uygulama, bunu doğrulamamaktadır. Çünkü alacaklar sürekli yenilendiğinden önemli bir kısmı sabit kalarak uzun vadeli hale dönüşmüş yani devir hızı azalmış olmaktadır. Böylece enflasyonist dönemlerde senetsiz alacakların satın alma güçleri de azalır.<sup>134</sup>

Talep enflasyonu olduğunda kredili satış şartları değiştirilerek tahsil süresini kısaltmak mümkün olduğundan çalışma sermayesi ihtiyacı fazla artmayabilir. Ancak durgunluk içinde enflasyon dönemlerinde talep daralması nedeniyle satışlar azalıp stoklar artar, ayrıca müşterilerin ödeme kapasiteleri olumsuz etkilenecek ortalama alacak tahsil süresi uzayacağından çalışma sermayesi ihtiyacı daha fazla artar.<sup>135</sup>

Enflasyondan en çok etkilenen çalışma sermayesi unsuru stoklardır. Stok devir hızı yüksek işletmeler enflasyondan daha az etkilenirken stok devir hızı düşükse daha fazla etkilenir. Çünkü stok devir hızı düşük stoklar depoda daha uzun süre kalır ve bu sürede fiyatlar daha fazla artar.<sup>136</sup> Enflasyonist dönemlerde ilk madde ve malzeme, araç gereç ve diğer masraflar artacağından çalışma sermayesi ihtiyacı da artacaktır.<sup>137</sup>

Enflasyonist dönemlerde stokların enflasyondan etkilenmesini en aza indirmek için stok değerlendirme yöntemlerinden son giren ilk çıkar (LIFO) yöntemi kullanılmaktadır. Çünkü bu yöntem maliyetleri yüksek fiyatlarla (son alınan fiyatla) gösterdiği için maliyetler daha gerçekçidir ve enflasyonun neden olduğu görünürdeki kar ortaya çıkmaz. Bu da gerçek kar üzerinden vergi ödenmesine ve temettü dağıtılmasına neden olacağı için çalışma sermayesi ihtiyacı artmayacaktır.

İşletme sermayesi yönetiminde başarı geleneksel olarak alacak, stok ve borç devir hızı göstergeleriyle ölçülür. Bu göstergeler şöyle ifade edilmektedir:

<sup>134</sup> Kamuran PEKİNER, “İşletme Denetimi (İşletme Analizleri)”, İstanbul Üniversitesi Yayın No:2704, Muhasebe Enstitüsü Yayın No:37, sermet Matbaası, İstanbul, 1980, s.99.

<sup>135</sup> AKSOY, s.87.

<sup>136</sup> DURMUŞ, s.319.

<sup>137</sup> Ahmet Hayri DURMUŞ, “Mali Tablolar Tahlili”, Nihad Sayar-Yayın ve Yardım Vakfı Yayınları No:410/644, İstanbul, 1986, s.252.

$$\text{Alacak Devir Hızı} = \frac{\text{Satış Tutarı}}{\text{Ticari Alacaklar}}$$

$$\text{Stok Devir Hızı} = \frac{\text{Satılan Malın Maliyeti}}{\text{Stoklar}}$$

$$\text{Borç Devir Hızı} = \frac{\text{Satılan Malın Maliyeti}}{\text{Ticari Borçlar}}$$

Bu üç göstergeden elde edilen değerler işletmenin geçmiş yıllar sonuçları ile karşılaştırıldığında güvenilir sonuçlara ulaşılabilir. Ancak enflasyonun finansal tablo kalemlerini dolayısıyla bu oranları değişik ölçülerde etkilemesiyle, enflasyonist dönemlerde bu göstergelerden elde edilen değerleri karşılaştırmak sağlıklı sonuçlar vermez.<sup>138</sup> Enflasyonun etkisi giderilirse bu göstergelerden yararlanılabilir.

#### 2.1.3.1.4. Enflasyonun Çalışma Sermayesine Etkisinin Ölçülmesi

İşletme sermayesindeki değişme; işletme sermayesi yönetimindeki verimlilik değişmesi, satışlardaki değişme veya enflasyon faktörlerinden bir veya birkaçının sonucudur.<sup>139</sup> İşletme sermayesi değişimine neden olan faktörlerin sınıflandırılması değişimin nedeninin daha iyi görülmesini sağlayacaktır.

Enflasyonist dönemlerde işletme sermayesi tutarı değiştiğinde, değişmede etkili olan faktör veya faktörleri görebilmek ve ona göre daha sağlıklı sonuçlara ulaşmak için işletme sermayesi değişikliğinin analizi yapılmalıdır.<sup>140</sup>

Çalışma sermayesi ihtiyacının kaynağının bilinmesi yönetimin başarısının değerlendirilmesi açısından önemlidir. Çalışma sermayesi ihtiyacı, enflasyon etkisiyle ortaya çıkmışsa izlenecek yol farklı, işletme yönetiminin etkinliği veya satışların artması nedeniyle ortaya çıkmışsa farklı olacaktır.

<sup>138</sup> Öztin AKGÜÇ, "Finansal Yönetim", İstanbul Üniversitesi Muhasebe Enstitüsü Yayın No:56, 5. Baskı, Avcıol Matbaası, İstanbul, 1989, s.196.

<sup>139</sup> David D. HARRISON and William H. HERNANDEZ, "Measuring The Impact of Inflation on Working Capital", Harvard Business Review, January-February, 1983, s.29.

<sup>140</sup> AKGÜÇ, s.196.

Çalışma sermayesi yönetimi etkinliği ve satışlardaki artışın etkileri bulunduktan sonra hala çalışma sermayesi ihtiyacı varsa, bu ihtiyacın nedeni enflasyonun çalışma sermayesine etkisi olacaktır.<sup>141</sup>

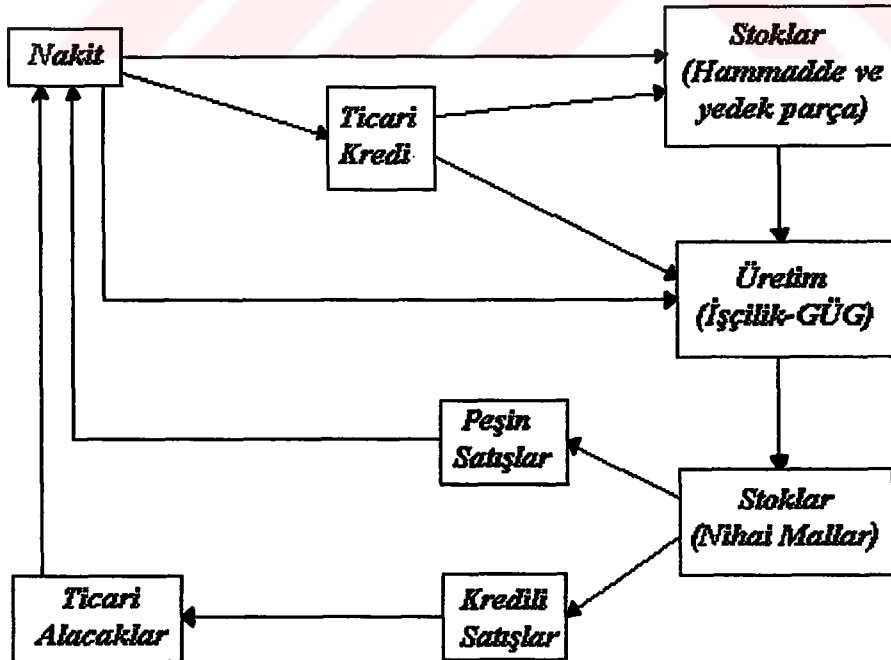
### 2.1.3.2. Çalışma Sermayesinin Yapısal Özellikleri

#### 2.1.3.2.1. Kısa Hayat Süresi

Çalışma sermayesinin en belirgin özelliği olan kısa hayat süresi, en fazla bir yıldır. Nakit ihtiyacı olduğunda geçici yatırımlar (menkul değerler) satışa çıkarılır, kasa ve bankadaki nakit (hazır değerler) üretim ihtiyaçları için kullanılabilir, stoklar eritilir veya alacaklar tahsil edilerek nakde dönüşebilir.

#### 2.1.3.2.2. Dönüşüm Halinde Olma

Her bir dönen varlığın bir diğer dönen varlığa dönüşmesine nakitten nakite dönüşüm veya çalışma sermayesi döngüsü denir. Dönüş hızı yönetimin etkinliğini gösterir ve işletmenin başarısı olarak yorumlanır. Genellikle dönüş hızının yüksek olması istenir. Çalışma sermayesi döngüsü şekil: 2' de gösterilmiştir.<sup>142</sup>



Şekil 2: Çalışma Sermayesi Döngüsü

<sup>141</sup> AKGÜÇ, s.198.

<sup>142</sup> Michael FIRTH, "Management of Working Capital", The McMillan Press.Ltd., London,1976,s.5

Şekilden de görüleceği üzere bir üretim işletmesi girişeceği üretim faaliyetini, elinde bulunan nakit veya kullanabileceği ticari kredilerle yürütmektedir. Üretimin temel girdisi olan hammadde, malzeme ve yedek parçaları gerek duyduğu oranda kendi nakitleri veya sağlayacağı ticari kredilerle satın alır. Bu stoklar yine işletme nakitleri veya ticari kredilerle sağlanan diğer üretim faktörleri (işçilik ve genel üretim giderleri) ile üretime geçirilir. Üretimin tamamlanmasıyla elde edilen mamul stokları satışa sunularak ya peşin satışla direkt nakde ya da kredili satışlarla ticari alacaklar halkasından sonra nakde ulaşılır. Elde edilen nakit ile hem ticari krediler ödenir hem de üretim girdileri tedarik edilerek üretime devam edilir. Böylece “Nakit-Stoklar-Ticari Alacaklar-Nakit” şeklinde çalışma sermayesi döngüsü tamamlanmış olur.

#### **2.1.3.2.3. Üç Temel Faaliyet Bağlantısı (Üretim - Satış - Tahsilat)**

Üç temel faaliyet olan üretim, satış ve tahsilatın birbirleri ardına olmalarına rağmen eşit miktarlarla gerçekleşmemeleri çalışma sermayesi unsurlarının üçüncü temel özelliğidir. Üç temel faaliyet eşit miktarda gerçekleşse, çalışma sermayesi yönetimi çok fazla önem kazanmazdı. Üç temel faaliyet arasındaki karşılıklı etkileşim, çalışma sermayesi yönetimini karmaşıktırır ve önem kazandırır.

#### **2.1.3.3. Çalışma Sermayesi Yönetimi**

Dönen varlıklar bir yıl içerisinde nakde dönüşebilen aktiflerdir. Gerekli dönen varlık miktarı, üretim çıktısı ve satış hacmi ile ilgilidir. Satışları artırma eğilimi; üretim hizmeti, daha yüksek stok seviyesi ve artan satış hacmini korumak için daha fazla alacak miktarı gerektirecektir. Ters olarak azalan alacak seviyesi aktif dönüşümü artırırken satışlar düştüğü için karı da azaltır. Pazarlama karmasının bir parçası olan kredi politikasına gereken önemi vermeyen işletmeler, satışlarının en azından bir kısmını daha cazip şartlar sunan rakiplerine kaptırabilir.

Dönen varlıklar ile ilgili genel kural, beklenen çıktı seviyesinde gerekli minimum miktarı belirlemek ve beklenmedik durumlar için bir emniyet marjı eklemektir. Emniyet marjının büyüklüğü yönetimin riske karşı tavrına bağlıdır. Fakat nakit akışları, sadece tecrübelerle tahmin edilebilmektedir. Ama yine de kesin bilgi

olmadığı için emniyet marjı sağlamak amacıyla, likit varlıkların düzeyini artırma ve daha fazla uzun vadeli borçlanma şeklinde iki yola başvurulabilir.

Emniyet marjının belirlenmesi için yönetim, beklenen nakit akışları ve bunların sapmaları hakkında bilgi sahibi olmalıdır. Bu açıdan yönetim kredili satış hasılatlarını ve net gelirini iyi tahmin etmeli ve bilgileri düzenli olarak izlemelidir. Bilgilerin yeterliliği ve güvenilirliği oranında, gereksiz likidite bulundurmanın fırsat maliyetine ve uzun dönemli borçlanmanın gereksiz yüksek maliyetine katlanılmayacaktır. İyi tahminler kadar tahsilatın başarısı da aşama aşama bütün başarıyı etkileyecektir.

Nakde dönüşüm süresinin uzunluğu da finansman kararlarında önemlidir. Süre uzun olursa, aynı faaliyetleri devam ettirebilmek için kaynak ihtiyacı duyulacaktır. Sürenin kısaltılması ile üretim aksatılmadan sonuca ulaşılması, kaynak ihtiyacını azaltacaktır. Böylece daha fazla ve uzun süreli fon bulmaya gerek kalmayacak ve kaynak tasarrufu sağlayarak karlılığın artırılmasına yardımcı olunacaktır. Bu açılardan firmalar, nakde dönüşüm süresini mümkün olduğunca kısaltıp kaynak ihtiyacını azaltmalıdır.<sup>143</sup>

ASCH ve KAYE eserlerinde Gitman ve Maxwell (1985)' i kaynak göstererek İngiltere' deki işletmeler için şunu ifade etmişlerdir:<sup>144</sup>

Finansal yöneticiler, zamanlarının % 32' sini çalışma sermayesi yönetiminde harcamaktadırlar ki çalışma sermayesi yönetimi içerisinde sadece finansal planlama ve bütçeleme ağırlığı % 35' tir. Üretici firmalar fiziki stoklarını karşılamada, hizmet kuruluşları ise süregelen işlerini karşılamada daha çok fon kullanırlar. Bu fark dışında çalışma sermayesi yönetimi her iki endüstride de eşit önemdedir.

### **2.1.3.3.1. Çalışma Sermayesi Yönetiminin Özellikleri**

#### **2.1.3.3.1.1. Dönen Varlıkların Yapısal Niteliklerinden Doğan Özellikler**

Çalışma sermayesi ile ilgili kararlar dönen varlıkların yapısal nitelikleri gereği sık sık ve tekrarlamalı olarak alındığından bu tür kararlar için karar paketleri oluşturulmalıdır. Ayrıca, tüm dönen varlık unsurlarının karşılıklı etkileşim halinde

<sup>143</sup> ASCH and KAYE, s.92.

<sup>144</sup> ASCH and KAYE, s.86.

olmaları sebebiyle her bir dönen varlığın etkin yönetimi için aynı anda tüm dönen varlık unsurları dikkate alınmalıdır. Bu tip kararlar genellikle alt yönetimce alınır.

#### **2.1.3.3.1.2. Dönen Varlıklar Kadar Kısa Vadeli Yabancı Kaynakların da Göz önünde Tutulması Zorunluluğu**

Sermaye yapısındaki gibi dönen varlıkların finansmanında da, işletme politikalarına göre, yabancı veya öz kaynaklar kullanılacaktır. Dönen varlık yönetiminde verimlilik kadar kaynakların fırsat ve kaynak maliyeti de önemlidir.

Finansal yönetimin amacına uygun olarak, işletme sermayesi yönetiminde risk-verimlilik dengesi gözetilerek şu iki noktaya dikkat edilmelidir:

- i. Çalışma sermayesi kalemlerinin yatırım miktarı ne olacaktır?
- ii. Bu yatırımın finansmanı nasıl ve hangi yolla olacaktır?

Bu iki nokta sayesinde atıl kaynak bulundurmanın veya kaynak yetersizliğinin sakıncaları ile gereksiz kaynak ve fırsat maliyetine katlanmaktan kaçınılabilecektir.

#### **2.1.3.3.2. Çalışma Sermayesi Yönetiminin Temel Amaçları**

Çalışma sermayesini oluşturan her bir varlık kaleminin yönetimi, firmanın net şimdiki değerini maksimum kılarak hem işletme amacına katkı sağlar hem de kendi amacını gerçekleştirmiş olur. Bu açıdan her bir çalışma sermayesi kaleminin ayrı ayrı yönetimi, bir bütün olarak çalışma sermayesi yönetimi gibi düşünülebilir.

Çalışma sermayesi yönetiminin temel amaçları şunlardır:<sup>145</sup>

- i. Yatırımların getirisinin en azından kaynak maliyetine eşit olmasına çalışmak,
- ii. Çalışma sermayesi finansmanının maliyetini minimize etmek,
- iii. Çalışma sermayesi verimliliğini maksimize etmek,
- iv. Borç ödeme yeterliliği için fon akışlarını kontrol etmek.

<sup>145</sup> AKSOY, s.6.



Bu amaçlar gerçekleştirildiği takdirde çalışma sermayesinin firmanın net şimdiki değerine katkısı maksimize edilmiş olacaktır.

### **2.1.3.3.3. Çalışma Sermayesi Düzeyinin Belirlenmesi**

Çalışma sermayesi, faaliyetlerin yürütülebilmesi ve gelir sağlanabilmesi için gerekli dönen varlıklardır. Çalışma sermayesinin “sürekli” olarak ifade edilen minimum miktarının yanı sıra mevsimlik faktörlere göre değişen ve sürekli çalışma sermayesi üzerinde elde bulundurulması gerekli “değişken” kısmı da ifade etmektedir. Bu durumda basit olarak çalışma sermayesi düzeyi, işletmenin elinde hazır tutması gereken çalışma sermayesi miktarını ifade eden bir kavram olmaktadır. Bu miktar dönemden döneme veya dönem içinde bir çok faktör tarafından etkilenir.

#### **2.1.3.3.3.1. Çalışma Sermayesi Düzeyini Etkileyen Faktörler**

Çalışma sermayesi düzeyini işletme içi ve dışı birçok faktör etkiler. Bu faktörleri kısaca izah edelim.

##### **i. İşletme içi faktörler**

- İşletme bünyesinden doğan faktörler

Bu faktörler işletmenin faaliyet dalı, endüstri içerisindeki yeri ve hayat devresi, üretimde geçen zaman, tanınan vade, dönen varlık devir hızı, işletmenin büyüme hızı, işletme yöneticilerinin bilgi, yetenek ve tecrübeleri gibi faktörlerdir.

- İşletmenin izlediği politikalardan doğan faktörler

İşletmenin pazarlama politikaları, kredili satış ve tahsilat politikaları ve kar dağıtım politikaları gibi faktörlerdir.

##### **ii. İşletme dışı faktörler**

- İşletme ürünlerine olan talep ve satış hacminin büyümesi

İşletme ürünlerine karşı artan talebi karşılamak için faaliyet düzeyini artırmak satış hacmini artırmak olacağı için ilave nakit ve stok ihtiyacı doğacak, alacak seviyesi artacaktır. Böylece sürekli çalışma sermayesi düzeyi artacaktır.

- Çevresel faktörler

Endüstrideki rekabet koşulları, ekonominin içinde bulunduğu dönem, mevsimlik dalgalanmalar, tüketici tercihlerindeki değişiklikler, moda, teknolojik yenilikler ve gelişmeler gibi faktörlerdir.

#### **2.1.3.3.3.2. Optimal Çalışma Sermayesi ve Optimal Çalışma Sermayesi Miktarının Belirlenmesi**

Optimal çalışma sermayesi miktarı, işletme faaliyetlerini aksatmayacak ama atıl da bırakmayacak şekilde minimum maliyetle tedarik edilen ve maksimum verimle kullanılacak çalışma sermayesi düzeyidir.

İhtiyaç duyulan optimal çalışma sermayesi miktarının belirlenmesi, finans yöneticisinin en önemli amaç ve görevlerinden birisi olmaktadır.

Çalışma sermayesi miktarını değişken yapıdaki bir çok faktörün etkilemesi, çalışma sermayesi miktarının belirlenmesini güçleştirmektedir. Ancak, çalışma sermayesi miktarının gereğinden az veya çok olmasının olumsuz sonuçlar doğurarak karlılığı etkilemesi de konuyu önemli kılmaktadır. Çalışma sermayesi miktarını belirlemede karşımıza çıkan iki önemli faktör, "karlılık ve risk" tir.

#### **2.1.3.3.3.2.1. Optimal Çalışma Sermayesi Miktarının Belirlenmesinde Karlılık ve Risk Faktörleri**

Likiditesi yüksek varlıkların verimlilikleri düşük, likiditesi düşük varlıkların verimlilikleri de yüksektir. Yani likidite ile verimlilik ters orantılıdır. Dönen varlıkların verimliliklerinin duran varlıklara oranla daha düşük olması da optimal çalışma sermayesi miktarını belirlemede karlılık-risk dengesini sağlama ihtiyacını doğurur. Dönen varlık yatırımı fazlalığının, işletmeye, sorumluluklarını yerine getirmede sağlayacağı rahatlıkla ödeme sıkıntısı yaşanmayacak ve risk azalacaktır. Bu olumlu tarafın yanı sıra gereğinden fazla dönen varlık yatırımı, verimliliği dönen varlıklara göre daha yüksek olan duran varlık yatırımının o oranda azalmasına sebep olacaktır. Kullanılmayan çalışma sermayesinin işletmeye getireceği fırsat ve kaynak maliyeti işletme karlılığını azaltacaktır. Çünkü bir miktar çalışma sermayesi, kaynak

maliyetine katlanılarak tedarik edilmiş ve kullanılmayarak ta fırsat maliyetine katlanılmış olacaktır. Bu da doğal olarak karlılığı düşürecektir.

Çalışma sermayesi miktarının fazlalığının sonuçları böyle iken azlığı da tam tersi bir durum meydana getirecektir. Minimum miktarda çalışma sermayesi yatırımı maksimum düzeyde duran varlık yatırımı imkanı verecektir. Bu durumun olumsuz yanı, işletmenin sorumluluklarını karşılama da sıkıntılarla karşılaşması, günlük faaliyetlerini aksatabilmesi ve ani olarak ortaya çıkan yatırım fırsatlarının değerlendirilememesidir. İşletme böyle bir durumda yüksek riske muhatap olacaktır. Yüksek riskin yüksek karlılık getireceği de düşünülürse işletme, maksimum düzeyde duran varlık yatırımı ile maksimum karlılığa ulaşabilecektir. Çünkü likiditesi daha düşük olan duran varlıkların verimlilikleri dönen varlıklara göre daha yüksektir.

Özetle, riski azaltmaya çalışmak karlılığı da azaltacak, karlılığı artırmaya çalışmak riski de artıracaktır. O halde çalışma sermayesi miktarı veya temin edilen sermayenin aktif değerler olarak dağılımı, bahsedilen sakınca ve kayıpları minimize, işletme karlılığını da maksimize edecek derecede hassas yapılmalı yani risk ve karlılık dengesi sağlanarak optimal çalışma sermayesi miktarı belirlenmelidir.<sup>146</sup>

#### **2.1.3.3.3.2.2. Optimal Çalışma Sermayesi Düzeyinin Korunması**

Çeşitli içsel ve dışsal nedenler çalışma sermayesi düzeyinde bazı değişiklikleri gerektirebilir. İşletmeler, bu nedenlerden en azından kontrol edebilecekleri için önlemler almalı ve kontrol etmeye çalışmalıdır. Çalışma sermayesi miktarı, gerektiği yerde artırılıp azaltılabilecek şekilde sürekli izlenmelidir. Yapılacak kontroller ve alınacak önlemlerde çalışma sermayesi, hem bir bütün olarak ele alınmalı hem de çalışma sermayesinin her bir unsuruna ayrı ayrı dikkat edilmelidir. Böylece dönen varlıkların ayrı ayrı yönetimi bir bütün olarak çalışma sermayesi yönetimi olacak ve optimal çalışma sermayesi düzeyini korumaya yardımcı olacaktır.

<sup>146</sup> Münevver NALÇACI, "Alacak Yönetiminde Muhasebe Politikasının Belirlenmesi ve Uygulanması", T.C. Anadolu Üniversitesi, İ.İ.B.F. Yayın No:145, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir, 1986, s.10-11.

#### 2.1.3.3.4. Çalışma Sermayesi Finansmanı

Çalışma sermayesi yönetiminin birinci önemli görevi optimal çalışma sermayesi düzeyinin belirlenmesi iken ikinci önemli görevi de yatırımın finansman kaynaklarının belirlenmesidir. Bilindiği gibi fon kaynakları öz ve yabancı kaynak olarak iki tanedir. Yabancı kaynaklar da kısa, orta ve uzun vadeli olarak genel sınıflamaya tabi tutulmaktadır. Doğal olarak işletmeler tüm finansman kararlarında olduğu gibi çalışma sermayesi finansmanında da kendi şartlarına en uygun finansman kaynak ve yöntemini tercih ederler. Çalışma sermayesi finansmanında da öz kaynak ve yabancı kaynakların ne miktarda kullanılacağı, kullanılacak yabancı kaynağın vadesi gibi konular işletmenin imkan ve tercihleri ile kredi piyasasının şartlarına göre belirlenmektedir. Finansmanda, “kısa vadeli yatırımlar kısa vadeli kaynaklardan karşılanmalı, uzun vadeli yatırımlar uzun vadeli kaynaklardan karşılanmalıdır” kuralı önemli bir hareket noktası olmaktadır. Orta vadeli fonların kullanım alanları tercihlere göre değişebilir. Çalışma sermayesi finansmanında bahsedilen yöntemlerden kombinasyonlar da elbette mümkündür.

Çalışma sermayesinin; tamamının kısa vadeli fonlarla, değişken kısmının kısa vadeli fonlarla sürekli kısmının öz kaynaklarla, karşılanması gibi finansman alternatifleri düşünülebilir.

Çalışma sermayesi finansmanındaki tüm alternatiflerin özellikleri, karlılık ve risklerini de farklılaştırır. Seçim, karlılık ve risk faktörlerine göre yapılacaktır.

Bilindiği gibi uzun süreli borçlanmanın maliyeti kısa süreli borçlanmaya oranla daha yüksektir. Aynı zamanda ek fon ihtiyacının karşılanmasında kısa süreli borçlanma, uzun süreli borçlanmaya göre daha esnektir. Yalnızca karlılık açısından bakıldığında, finansmanda maksimum ölçüde kısa süreli fon kullanmak daha caziptir. Fakat, işletme elinde ne kadar az dönen varlık bulunur ise (ağırlık duran varlıklara verilerek minimum dönen varlık ile maksimum duran varlığı işletebilmek açısından) karlılığın o oranda artacağı da bir gerçektir. Maksimum verim minimum maliyet (daha az dönen varlık daha çok duran varlık dengesi ile duran varlıklardan daha fazla kar elde etme ve daha çok kısa vadeli borçlanma daha az uzun vadeli borçlanma dengesi ile de kısa vadeli borçlanmanın az olan maliyetinden yararlanarak daha az

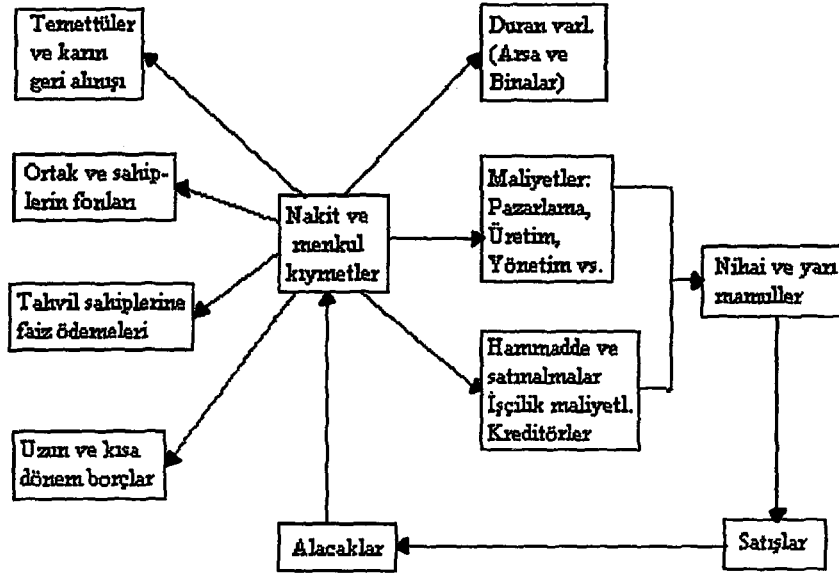
maliyete katlanma) şeklinde ortaya çıkan bu iki cazip noktadan sonra çalışma sermayesinin miktarı ve finansmanında şu sonuç beklenebilir: "borçlanmada daha çok kısa vadeliye, yatırımda ise daha çok duran varlığa yönelmek gerekir". Yani mümkün olduğunca kısa vadeli borçlanmalı ve bu kaynakları da mümkün olduğunca az dönen varlıklarda kullanmalı. Bu durum maksimum verim ve maksimum risk demektir. Fakat bu sonuç herkesçe benimsenen, tecrübelerle doğrulanan ve finansmanda kural olmuş "kaynak vadesi ve kullanım yeri dengesi" ne aykırıdır. Dolayısıyla karlılık ve risk arasındaki ilişki bu uç durum ile çok açık bir şekilde görülmektedir. Dikkat edilirse bu durumda "Negatif Net İşletme Sermayesi" (Dönen Varlıklar < K.V.Y.K. = -Net İşletme Sermayesi) olgusu ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ise görüleceği üzere firma risk açısından maksimum düzeye çıkmış olacaktır. Çünkü, net çalışma sermayesi negatif olarak faaliyetlerini devam ettirmede oldukça geniş çaplı sıkıntılarla karşı karşıya kalacaktır. O halde şunu söyleyebiliriz: Karlılık arttıkça risk de artmakta, risk arttıkça karlılık ta artmaktadır. Bu açıdan en uygun karlılık ve risk dengesini içeren alternatif seçilerek optimal finansman sağlanabilir. Yüksek karlılıktan fedakarlıkla yüksek riskten kaçılabilir.

Optimal çalışma sermayesi miktarının ve optimal finanslamanın sağlanabilmesi ve bunun korunabilmesi, nakit akışlarını önemli kılmaktadır. Nakit akışlarının önemi de, sürekli ve güvenilir bilgi akışı ile iyi bir planlamayı ön plana çıkarmaktadır.

#### **2.1.3.3.5. Çalışma Sermayesi Yönetiminde Nakit Akışlarının Önemi**

Çalışma sermayesi, mamulleri satıp nakit girişi sağlamada gerekli yönetim, üretim, satış ve dağıtım giderlerini desteklemek için gerekli fonlardır. Bu süreç uzadıkça çalışma sermayesi ihtiyacı artacaktır. Dolayısıyla çalışma sermayesi düzeyi üretim ve satış hacmi ile de yakından ilgilidir. Çalışma sermayesi unsurları arasındaki ilişki Şekil: 3' de gösterilmektedir.<sup>147</sup>

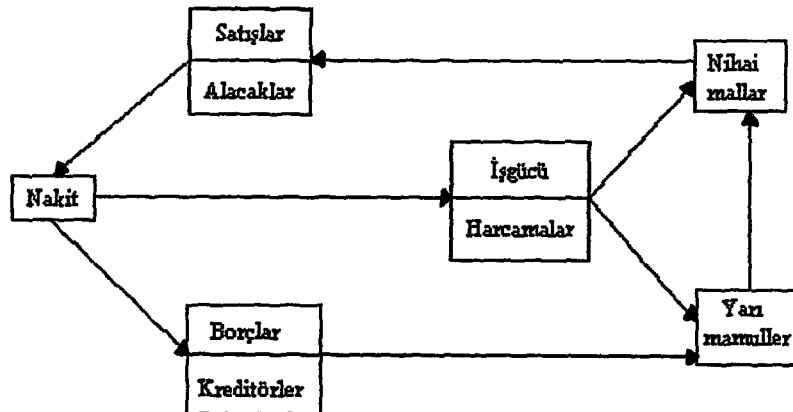
<sup>147</sup> ASCH and KAYE, s.87.



**Şekil 3: Bir Firmanın Fon Akışları**

Görüldüğü gibi duran varlık edinmek, üretim ve faaliyet giderlerini karşılamak için işletme bir önceki döngüden elde ettiği nakdi kullanmaktadır. Mamuller peşin satılınca nakde hemen ulaşılacak, kredili satılırsa döngüye alacak zinciri eklenecek ve nakde ulaşılacaktır. Çalışma sermayesi döngüsünün sonundaki nakit ve kar, yeni yatırımlar yapma, borç faizi ödeme ve hissedarlara temettü dağıtma imkanı verir.

Şekil: 4' de çalışma sermayesi kalemlerinin değişimi gösterilmektedir.<sup>148</sup>



**Şekil 4: Çalışma Sermayesi Kalemlerinin Değişimi**

<sup>148</sup> ASCH and KAYE, s.89.

Şekilden de görüleceği üzere çalışma sermayesi kalemleri, birinin başlangıcı bir diğerrinin sonucudur. Mamuller satılarak hemen ya da alacaktan sonra elde edilen nakit, üretim veya borç ödemede kullanılır. Zincirdeki bir aksaklık tüm halkaları etkileyeceğinden çalışma sermayesi yönetiminde çok yönlü çalışma gereği duyulur.

İşletmenin bu hayati elemanlarının yönetimi; yönetim, finans ve yönetim muhasebesi faaliyetlerinin birlikte yürütülmesini gerekli kılmaktadır.

Uygun model ve teknikler kullanılarak, realist planlamalar yapılarak çalışma sermayesi yönetiminde maksimum verime ulaşıp başarı artırılabilir.

Çalışma sermayesi yönetiminde karlılık ve risk faktörlerinin yanında vadesi dolan borçların ödenmesi, dikkat edilmesi gereken bir konudur. Bu açıdan düzenli nakit akışı öylesine önem kazanır ki karlılık önemsiz hale gelerek nakit akışları daha ön plana çıkabilir. Nakit sıkıntısı, faaliyetleri aksatıp firmayı daha büyük zararlara maruz bırakabileceğinden çoğunlukla nakit akışı karlılığa tercih edilmektedir.

Çalışma sermayesini optimal finanslama ile optimal düzeyde tutmak isteyen her işletme için nakit akışlarının kesin olarak bilinmeyişi, borçlanmaların vadelerini belirlemede sıkıntıya neden olacaktır. Zira nakit akışları bilinseydi borç vadeleri bu nakit akışına göre düzenlenebilecekti. Böylece gereksiz ve atıl likidite bulundurmaya ve yüksek maliyetli uzun vadeli kaynak bulmaya gerek kalmayacak dolayısıyla maksimum karlılığa ulaşılabilecekti. Fakat nakit akışlarını tam olarak bilmek mümkün olmadığından çalışma sermayesi yönetimi oldukça önem kazanmaktadır.

#### **2.1.3.3.6. Çalışma Sermayesi Unsuru Olarak Alacaklar**

Genel anlamı ile alacak, karşılıklı anlaşma ile üçüncü kişilerden elde edilmesi kesinleşmiş nakdi, aynı, hizmet vb. şekillerdeki her türlü haklardır. Ticari alacaklar ise işletmelerin temel faaliyet konusu mal veya hizmetlerin kredili satışından doğan hakların müşterilerine karşı senetli veya açık hesap şeklinde ifadelendirilmesidir.

Çalışma sermayesi döngüsü içerisinde yer alan alacaklar, mamul ve/veya ticari malların bir yıldan kısa süreli, senetli veya senetsiz olarak vadeli satışından doğar ve bilançoda "Dönen Varlıklar" içerisinde yer alır. Uzun vadeli (bir yıldan uzun) ticari alacaklar ise "Duran Varlıklar" içerisinde yer alarak çalışma sermayesi dışında kalır.

Alacakların çalışma sermayesine oranının artması, bazen stoklardan daha fazla olması ve alacak devir hızlarının düşmesi alacak yönetiminin önemini artırmıştır. Alacak yönetiminin nakit girişleri, karlılık ve finansman ihtiyacı üzerindeki rolü önemlidir. Alacak yönetiminin etkinliği ile nakit girişleri hızlandırılabilir, karlılık artırılabilir ve alıcılara daha az fon bağlanarak aynı satış hacmine ulaşılabilir.<sup>149</sup>

Alacakların aktif toplamı içindeki payı faaliyet alanına göre değişmekle birlikte, A.B.D.' deki işletmelerde genel olarak alacaklar, aktif toplamlarının % 20'sini oluştururken Türkiye 'de ise, aktif toplamının % 30'unu, çalışma sermayelerinin de % 40' indan fazlasını oluşturmaktadır.<sup>150</sup>

#### **2.1.4. Alacak Yönetiminin Amaçları**

##### **2.1.4.1. Likit Yapıyı Korumak**

Alacak yönetiminin temel amacı, tahsilatı kontrol altında tutmak ve likit yapıyı korumaktır. Alacakların tahsil edilememesi firmanın nakit durumunu bozabilir. Çünkü işletmedeki " Nakit - Stoklar - Ticari Alacaklar - Nakit " şeklindeki akış, alacaklar noktasında durmuş olacaktır. Akıştaki bu bozukluk alacak yatırımlarının artmasına neden olacak, dolayısıyla alacakların tahsil edilememesinden doğan bu nakit boşluğunu doldurmak için sağlanan ilave fonun finansman giderlerini doğuracaktır. Böylece, kredi yöneticisi firmaya düzenli nakit akışını sağlayacak, dolayısıyla kısa dönemli borçlanma ihtiyacını en aza indirecek şekilde kredi kabul etmeli ve tahsilatı gerçekleştirebilmelidir.

##### **2.1.4.2. Alacaklardaki Yatırımı Emniyet Altına Almak**

Alacaklara yapılan yatırım tutarları önemli miktarlara ulaşmaktadır. Eğer alacakların çoğu zayıf nitelikli ise, potansiyel zararlar nedeni ile yüksek risk taşıyacaktır. Etkili kredi yönetimi, yalnızca iyi nitelikteki hesapları seçmek ve tahsilat prosedürlerini iyileştirmek suretiyle yatırımın risklilik derecesini azaltabilir.

<sup>149</sup> AKGÜÇ, s.237.

<sup>150</sup> AKSOY, s.228.



### **2.1.4.3. Karı Artırmak**

Alacak yatırımında, satış hacminin artırılması ve böylece marjinal kar artışı ile karlılığı artırmak amaçlanır. Alacak yatırım kararı verilirken likiditeyi koruyacak, riski minimize karlılığı maksimize edecek yatırım miktarı ayarlanmalıdır. Bunun için de gerekli karar analizlerinin yapılmasını, kararların etkin bir biçimde uygulanmasını, zaman içerisinde kararların iyileştirilmesini ve değişen koşullara uyumunu sağlayacak bir sistem oluşturulmalıdır.

### **2.1.5. Alacaklara Yapılan Yatırım Miktarlarını Etkileyen Faktörler**

Kredi şartları yerine getirildiğinde kredili satışların artmasıyla alacaklar da artacağından, alacaklara bağlanacak kaynakları artırmak gerekecektir. Ayrıca artan satışlar, satın alma ve üretimde gerekebilecek ilave fon talebini de karşılayabilir. Bunlardan başka şüpheli alacak, karşılık ve iskontolarda da bir artış olabilir.<sup>151</sup>

Alacakların yönetimi risk ve karlılık yönünden de ele alınıp likidite korunmaya çalışılmalıdır. Bu yönü ile firmalar, alacaklara bağlayacağı parayı da bir sermaye yatırımı gibi değerlendirerek karar verirler. İşletmelerin bu kararında etkili olacak faktörler, işletmenin kontrol edebildiği ve edemediği faktörler olarak iki gruptur.

ASCH ve KAYE' e göre alacak miktarı; satış hacmi, kredi politikası, alacak tahsilatının etkinliği ve batık alacakların doğuşu gibi unsurlar tarafından belirlenir.<sup>152</sup>

#### **2.1.5.1. Kontrol Edilemeyen Faktörler**

##### **2.1.5.1.1. Kontrol Edilemeyen Faktörlerin Alacak Yatırımına Etkileri**

Kontrol edilemeyen faktörler işletmenin etki alanı dışında kalır ve işletme dışında cereyan eder. Şimdi bu faktörleri tanıtmaya çalışalım:

##### **2.1.5.1.1.1. Satış Hacmi**

Alacak yatırımının tutarını etkileyen en önemli faktör satış hacmidir. Bir firmanın alacaklarına tahsis edeceği yatırım miktarı satış hacmine bağlı olarak

<sup>151</sup> ASCH and KAYE, s.100.

<sup>152</sup> ASCH and KAYE, s.100.

değişecektir. Alacak yatırım miktarını etkileyen diğer faktörlerde bir değişme olmasa bile o firmanın alacakları satış hacmindeki artışa bağlı olarak artıp azalacaktır.

Olaya diğer taraftan baktığımızda da şunu ifade edebiliriz ki alacak politikası gelecekte satış hacminin artışını veya azalışını belirleyici bir rol oynar. Kredili satış politikası benimsenip vade uzatıldıkça artan satışlar alacakları da artıracaktır. Vade kısa tutuldukça satışlar daha düşecek hatta peşin satış uygulanırsa satış hacmi çok daha düşecektir. Belki de ülkemizdeki gibi vadeli satışlar kaçınılmaz olacaktır.

#### **2.1.5.1.1.2. Satışların Yıl İçerisindeki Dağılımı**

Satış hacmi mevsimlik olarak değişen firmalarda, satışlardaki değişmeye bağlı olarak alacaklar da değişmektedir. Satışların arttığı mevsimlerde alacak seviyesi de artmakta, satışların düştüğü mevsimlerde alacak seviyesi de düşmektedir.

#### **2.1.5.1.1.3. Satılan Mal veya Hizmetin Özelliği**

Satılan malların fiyat ve dayanıklılıkları da alacak miktarını etkilemektedir.

Birim satış fiyatı yüksek mallar satan firmalara göre birim satış fiyatı düşük mallar satan firmaların kredili satışları daha az olacaktır.

Dayanıksız, çabuk bozulabilen ve hemen tüketilebilecek türden mamülleri üreten veya satan firmaların kredili satışları dayanıklı mal üreten veya satan firmalara göre daha azdır. Yatırım malı niteliğinde veya dayanıklı mallar satan firmalarda kredili satışların oranı dolayısıyla alacaklar seviyesi de fazla olmaktadır.

#### **2.1.5.1.1.4. Ekonomik Konjonktür**

Ekonominin içinde bulunduğu durum da alacak yatırımını etkiler. Durgunluk dönemlerinde müşterilerin ödeme güçleri azaldığından firmaların peşin satışları da azalır. Böylesi durumlarda firmalar faaliyetlerini devam ettirebilmek ve pazar paylarını koruyabilmek için kredili satışlarını artırma yoluna gidebilir. Dolayısıyla alacakları da paralel olarak artar. Ekonomik gelişme dönemlerinde durum tam tersi olacak, nakit ödemeleri çoğalacak, satışlar artacak ve alacak da etkilenecektir.

Enflasyonist ortam ve enflasyonla ilgili beklentiler de kredili satışları doğrudan etkilemektedir. Enflasyon ortamında fiyatların artması sonucu kredili olarak satacağı malı sattığı fiyatla yerine koyamayacağını düşünen firmalar kredili mal satışından kaçınacaktır. Bu tercihler de firmanın alacak yatırım seviyesini etkileyecektir.

#### **2.1.5.1.1.5. Rekabet Durumu**

Rekabetin ve güçlü rakiplerin olduğu bir sektörde faaliyet gösteren bir firmanın satışlarını koruması dahi zorlaşır. Rekabette üstünlük sağlamak ve satışlarını artırmak isteyen firmalar müşterilerine daha cazip şartlar sunmak ve vadeleri uzatmak gereği hissedeceklerdir. Bu tür bir tercih durumunda firmaların alacaklarına yatıracakları tutarlar da doğal olarak artacaktır.

Güçlü finansal yapıya sahip firmaların, alacaklara daha fazla fon ayırma ve daha uzun vadeler tanıyabilme imkanlarının olması kredili satışlarını dolayısıyla pazar paylarını artıracak ve rekabette diğer firmalara üstünlük sağlayacaktır.

#### **2.1.5.1.2. Enflasyonun Kontrol Edilemeyen Faktörlere Etkileri**

Enflasyonist dönemlerde gelir seviyelerinin azalmasıyla tüketicilerin tercihleri kredili alışlar olmaktadır. Diğer taraftan işletmeler de azalan talebi artırmak için kredili satışlara baş vurur ve hatta kredili satışlarda vadeyi oldukça uzatabilir. Böylece enflasyonla birlikte değişen satış hacminin alacak yatırımı üzerinde önemli bir etkisi söz konusu olmaktadır.

Mevsimlik çalışan işletmelerin satışları yılın bazı dönemlerinde yoğunlaşırken diğer dönemlerde düşük olmaktadır. Yakacak ihtiyacının sonbahar döneminde karşılanması gibi. Enflasyon dönemlerinde tüketicilerin gelir düzeylerindeki azalış mevsimlik ihtiyaçları da etkileyeceğinden kredili satışlar, dolayısıyla alacak yatırım miktarı da artacaktır.

İşletmelerin sattıkları mal veya hizmetin dayanıklı ve yüksek fiyatlı mallar olması da tüketicilerin gelir seviyesi ve alım gücü paralelinde kredili satışları artırır.

Ülkede yaşanan enflasyon kredili satışları ve alacak miktarını etkilemektedir. Enflasyon dönemlerinde fiyatların sürekli artması sonucu satıcı işletmeler sattıkları

malı aynı fiyatla geri alamayacağını düşünerek kredili satış yapmamak veya satış fiyatını gelecek dönemlerde beklenen enflasyon oranı kadar artırarak kredili satış yapmak isteyecektir. Birinci düşünce alacak miktarını azaltırken kredili satış fiyatını artırma düşüncesi de yüksek fiyat nedeniyle satışları etkileyecektir.

Yoğun rekabet olmayan sektörlerde işletmeler fiyat ve peşin-kredili satışlar şeklini belirlemede daha serbest olduklarından alacak yatırımının miktarı da tercihlerine göre şekillenecektir.

### **2.1.5.2. Kontrol Edilebilen Faktörler**

#### **2.1.5.2.1. Kontrol Edilebilen Faktörlerin Alacak Yatırımına Etkileri**

Yöneticilerin kararlarından etkilenen bu faktörler genellikle içsel faktörlerdir.

##### **2.1.5.2.2.1. İşletmenin Büyüklüğü**

Gerek öz sermaye yoluyla gerekse borçlanma yoluyla kaynak bulma, büyük firmalar için daha kolay olduğundan satışların büyük kısmının da kredili olduğu görülmektedir. Büyük firmalar daha iyi şartlarla ve daha düşük maliyetle kaynak sağlama imkanına sahip olduklarından kredili satışlarla müşterilerini finanse eder duruma gelmişlerdir. Nitekim bazı büyük firmalar, finans kurumlarından büyük miktarda krediler alan ve küçük firma ve tüketicilere kredili satış yaparak kullandıran birer finans kurumu gibi davranmaktadır.

##### **2.1.5.2.2.2. Kredili Satış Şartları ve Politikası**

Kredili satış politikaları ve kredi standartları, piyasa şartları da dikkate alınarak firma tarafından belirlenir. Firma değerine en fazla katkıyı verecek alacak yatırım politikasına göre, firmaların alacak seviyeleri belirlenir. Doğaldır ki hiç bir firma karını azaltacak şekilde bir alacak politikasını uygulamak istemez.

Firmalar, endüstrideki yerine ve içinde bulunduğu hayat seyrine göre kredi şartlarını değiştirip alacaklara yatıracağı fonları yönlendirir. Fonlarını alacaklara bağlamaktan ve kredili satış riskinden uzak durmak isteyen firmalar peşin satış yolunu seçerler. Fakat bu durumda pazar payının kaybedilmesi ihtimali yüksektir. Tüm bu değişkenler ve rakip firmaların kredi şartları da dikkate alınarak belirlenecek

kredili satış politikası firmanın satış hacmini etkiler. Pazar payını artırmak isteyen veya yeni faaliyete başlayan firmalar, rakiplerinden daha cazip şartlar sunarak satışlarını artırma yoluna gidebilir. Fakat bu durumda alacakları da artacaktır.

#### **2.1.5.2.2.3. Alacakların Tahsilatında Etkinlik ve Tahsilat Politikası**

Alacak tahsilatında gevşek davranan firmaların alacakları artış eğilimi gösterir. Geciken müşterilerini izleyen, sıkı tahsilat politikası uygulayan, müşterilerini sınıflandıran, geç ödemeler karşılığında gecikme faizi talep eden veya geç ödeme yapanlara tekrar kredili satış yapmayan ve firmaların alacak tutarı ise azalacaktır.

#### **2.1.5.2.2.4. Alacak Senetlerinin Kullanılma Derecesi**

Alacak senetleri iskonto ettirme, ciro etme, factoring ve forfaiting gibi çeşitli şekillerde kullanılabilir. İskonto ettirilen alacak senetleri tahsilatın hızlanmasına yardımcı olurken satıcılara ciro edilen alacak senetleri de firmanın kredili alışlarında kullanılabilir. Fakat her iki durumda da senetler tahsil edilemez hale gelir ise senetler firmaya geri dönecektir. Senetler bu şekilde kullanılır iken senet veren kişinin kredi değerliliği göz önünde tutulmalıdır. Aksi takdirde bu durum firma için de güven kaybettirici bir unsur olacaktır. Dolayısıyla verdiği senetleri kabul görmeyen veya aksaklıklar gösteren müşterilere kredili satış yapmaktan kaçınılmalıdır.

Uygulamada alacak senetlerinin başka kullanım yöntemleri vardır. Özellikle uluslararası ticarete ödeme araçları olarak kullanılan akreditif çeşitleri, kullanılma bakımından da değişik kolaylıklar sağlar. Alacak hakkının factoring ve forfaiting yolu ile paraya çevrilmesi diğer bir ifade ile alacak hakkının satışı da alacak senetlerinin bir başka kullanım şeklidir.

#### **2.1.5.2.2.5. Müşterilerinin Nitelikleri ve Kredi Limitleri**

Firmalar kredili satış yapmadan önce kredili satış yapacakları müşterileri belirlemek için tanınacak kredi limitlerini ve müşterilerde aranılacak minimum nitelik ve şartları tesbit ederler. Kredi limitlerini çok sıkı tutan ve aradığı nitelikleri çoğaltan firmaların satış hacimleri düşüp alacak yatırımı da azalacaktır. Kredi standartlarını çok geniş tutarak satışlarını artırma yolunu seçen firmaların alacaklarının artmasıyla birlikte, tahsili geciken veya değersiz hale gelen

alacaklarının oranı da artar. Alacak yönetim süreci, alacak tutarını etkileyen bu faktörlerin etkisi altında yürütülecektir.

#### **2.1.5.2.2. Enflasyonun Kontrol Edilebilen Faktörlere Etkileri**

Rakiplerine göre daha güçlü sermaye yapıları ve daha fazla kredi kullanma imkanları olan işletmeler, alacaklara bağlanacak kaynak miktarını sorun etmeyebilir ve kredili satışlarını artırmayı düşünebilir. Çünkü enflasyonla birlikte artan alacak, dolayısıyla çalışma sermayesi ihtiyacını finanse etmede daha az sıkıntı yaşarlar.

Yeni işe başlayan işletmeler piyasada tutunabilmek ve yer edinmek için kredili satış politikasına enflasyonun etkisini pek dikkate almadan daha gevşek belirleyebilir. Enflasyonun etkilerini gidermek amacıyla peşin satışlara ağırlık veren veya sıkı bir kredili satış ve tahsilat politikası uygulayan, kredili satışlarda fiyatı enflasyon oranını dikkate alarak belirleyen işletmelerin kredili satışları, dolayısıyla alacak yatırımları azalır.

Enflasyonist dönemlerde özellikle geç tahsilat gibi sorunlar yaşanmaktadır. Bu durumda tahsilat politikası sıkı tutularak alacak yatırım tutarı azaltılabilir, alacak devir hızı artırılabilir.

Enflasyonist dönemlerde alacak senetlerini iskonto ettirmenin maliyeti muhtemelen enflasyon oranından daha yüksektir. Bu durum alacak senetlerinin vadesinden önce nakde çevrilme imkanını nisbeten azaltmaktadır. Nakde çok sıkışılması halinde baş vurulacak bir yol olarak görülmektedir. Bahsedilen durumda işletmeler alacak senetlerini iskonto ettirmek istemezlerse alacak yatırımları artacaktır. Ancak alacak senetlerini kendi kredili alımlarında satıcılara ciro ederek kullanan işletmelerin alacak yatırımları da paralel olarak azalacaktır.

Enflasyon kişilerin gelir yaratabilme kapasitelerini etkilediğinden enflasyonist dönemlerde, gelir yaratabilme kapasitesi enflasyondan en az etkilenen müşterilerin seçimine dikkat edilmelidir. Enflasyondan çok etkilendiği belirlenen müşterilere kredili satış yapılmayabilir veya kredili satış limiti daraltılabilir. Böylece işletmeler enflasyon etkisinden korunmak için bir tedbir almış olacaktır.

## **2.1.6. Alacak Yönetimi Politikalarının Belirlenmesi**

### **2.1.6.1. Ödenmeme Riskinin ve Kabul Edilebilir Riskin Analizi**

#### **2.1.6.1.1. Kredi Riski**

Kredili satış, alacaklar üzerinde bir riski de beraber getirir. Kabul edilen bir kredide iki tür risk vardır. Birincisi, müşterinin durumunda, yükümlülüğünü yerine getirememesine neden olacak bir değişiklik olmasıdır. İkincisi ise müşterinin yavaş bir ödeme yapabilmesini doğuracak durum değişikliğine uğramasıdır. Birinci durumda alacak hiç bir zaman tahsil edilemez ve tamamen zarar haline dönüşür. İkinci durumda ise müşteri geç ödeme yapar ve işletme gecikmenin neden olduğu nakit akışındaki aksamanın doğurduğu giderlere maruz kalır. Burada kredi riski olarak nitelenen risk, birinci gruba giren tahsili imkansız hale gelen alacaklardır.

Her kredili satış değişik oranlarda geri ödenmeme riski taşıdığı için işletmeler müşterilerini bu oranları göz önünde tutarak çeşitli risk sınıflarına ayırabilirler. Mesela 1. grup müşterilerin şüpheli ve değersiz alacak oranı % 0-1 gibi. Müşteriler, risk sınıflarına ayrılırken müşterilerin bilanço ve gelir tablolarından, banka istihbaratlarından, diğer firmaların bilgilerinden, işletme yöneticisi ve pazarlama elemanlarının tecrübelerinden, toptancı ve bayilerin bilgilerinden yararlanır.

Ödenmeme riskini göz önüne almadan alacaklara yapılacak yatırımın planlanması gerçekçi olmayacak ve işletmeyi yanıltacaktır. Bu durumda işletme, alacaklarının ne kadarının tahsil edilip ne kadarının tahsil edilememe riskine maruz kalacağını belirlemek zorundadır.

#### **2.1.6.1.2. Kabul Edilebilir Risk Kategorileri**

Kredi yöneticisi, kredili mal alımı için başvuran müşterilerini risk açısından değerlendirmelidir. Böyle bir değerlendirmenin yapılabilmesi için firmanın önceden müşteri gruplarının kredi değerliliğini belirlemesi gerekir.

Ticari bir işletmeye yapılacak kredili satışta riskin sınıflandırılması; net çalışma sermayesi, sermayenin geri dönüşü, nakit akımı, cari oran ve satışların geri dönüş oranı gibi faktörlere bağlıdır. Bütün bu faktörler için bir derece oluşturulur ve

bu dereceler toplanarak kredinin risk derecesi bulunur. Müşterinin risk derecesi, belirlenen kabul edilebilir riski geçerse kredili satış ertelenir veya yapılmaz.<sup>153</sup>

Tüketicilere yapılacak kredili satışta riskin sınıflandırılmasını etkileyen finansal, kişisel, mesleki ve talep edilen kredinin özelliği olmak üzere dört faktör vardır. Finansal faktörler; tüketici müşterinin yıllık geliri, kendisine ait gayri menkulleri gibi faktörlerdir. Kişisel faktörler; müşterinin yaşı, medeni hali, cinsiyeti sürekli ve belirli bir adreste ikamet etmesi gibi faktörlerdir. Mesleki faktörler; müşterinin mesleği, kaç yıldır bu meslekte çalıştığı gibi faktörlerdir. Talep edilen kredinin özelliği ile ilgili faktörler ise; talep edilen kredinin tutarı, kredinin nerede kullanılacağı gibi faktörlerdir.<sup>154</sup>

Risklerine göre müşterileri sınıflandırmada her grup için brüt satışlara göre beklenen şüpheli alacak yüzdesinin belirlenmesi önemlidir. (tablo:1' deki gibi)

**Tablo 1: KREDİ DEĞERLİLİKLERİ AÇISINDAN MÜŞTERİ SINIFLARI**

Müşteri Sınıfları	1	2	3	4	5
Şüpheli Alacak Oranı (%)	0 - 1	1 - 2,5	2,5 - 5	5 - 10	10 - 20

Bu tür sınıflandırmadan sonra kabul edilebilir müşteri sınıfları belirlenmelidir. Kredili satışlar arttıkça kredi değerliliği az olan müşterilere de satış yapılacağından, şüpheli alacak ortalaması yükselir. Bu nedenle değişik satış düzeyleri için yapılacak analizlere şüpheli alacak zararları da katılmalıdır. Tablo:1'e göre firma, satışlarını artırmak için hiç satış yapmadığı beşinci grup müşterilere de satış yapmayı düşünmüş olsun. Firma bu satışın neden olacağı ilave karın, alacakların ortalama % 15' inin tahsil edilememesinden doğacak zararı aşmasını ister, aksi takdirde satıştan vazgeçer.

Çoğu işletmeler risk kategorisi içinde belirleyeceği en yüksek risk derecesine sahip olan müşteriye -ki bu nokta yine de elde edilen satış karının şüpheli alacak zararını aştığı noktadır- kadar satış yapar. Belirlenen bu azami risk sınıfının üzerinde risk taşıyan müşterilere satış yapmaz.

<sup>153</sup> SHOPIRO, s.865.

<sup>154</sup> Yıldırım Beyazıt ÖNAL, "Tüketici Kredilendirme, Müşteri Kredi Değerliliğinin Belirlenmesi", *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Yıl:7, Sayı:41, Eylül/Ekim 1989, s.21.



Kabul edilebilir riski belirlemede; satıcının kar marjı, pazar ve üretim kapasitesi, rekabet, ölü stokların elden çıkarılması, özel satış artırıcı çabaların uygulanması, çalışma sermayesinin durumu, tahsilat yöntemleri ve kredi departmanının işinin sınırlanması gibi faktörler etkilidir.<sup>155</sup>

Müşterinin risk grubuna göre uğranılacak zarar, firmanın satış fiyatı ile değişken giderleri arasındaki olumlu farkdan daha az olduğu ve firma tam kapasite altında çalıştığı sürece söz konusu müşteriye kredili satış yapmak, firmanın sabit giderlerinin karşılanmasına katkıda bulunacağından yerinde görülebilir.

Küçük müşterilerle birlikte büyük müşterilere de satış yapan bir firma, küçük müşterileri için belirlediği şüpheli veya değersiz alacak ortalamasını kullanarak büyük müşterilerden dolayı uğrayabileceği zararını doğru olarak hesaplayamayacak dolayısıyla bu şüpheli ve değersiz alacak ortalaması, riskin belirlenmesi için uygun bir ölçü olmayacaktır. Bu nedenle firmaların büyük müşterilere kredili satış yaparken beklenen şüpheli ve değersiz alacak ortalamasından çok, uğranılacak zarar tutarı ve bu zararın firmada doğurabileceği etkileri üzerinde durması daha doğru olacaktır.

Kredili satışlar artırılırken sadece alacakların değersiz hale gelmesi olasılığı ile yetinmemeli, bir yatırım yapıldığı unutulmamalıdır. Bu nedenle diğer yatırımlarda olduğu gibi alacak yatırımında da yatırımın karlılık oranı, kredili satışları artırmanın firmaya sağlayacağı ilave net katkı dikkate alınarak hesaplanmalıdır.

### **2.1.6.1.3. Enflasyonun Kredi Riski ve Risk Kategorilerine Etkileri**

Kredili satışın riski geç tahsilat ve alacağın tahsil edilememesidir. Bu iki risk türü de genelde müşterinin kredi riskinin belirlenmesindeki temel faktörlerden karakter ve kapasite faktörlerine bağlıdır. Karakter, müşterinin borcunu vadesi geldiğinde ödeme istek ve kararlılığıdır. Kapasite ise borçlunun vadesinde borcunu ödeyebilecek miktarda nakit yaratabilme imkanındır. Her iki faktör enflasyonun olmadığı durumlarda da olumsuz olabilir. Yani müşteri ahlaken borcuna sadık olmayabilir, gelir ve nakit yaratma imkanı yetersiz veya bu konuda başarısız olabilir. Böylece kredi riski yükselir. Ancak müşteriler borcuna sadık olsalar dahi enflasyona

<sup>155</sup> NALÇACI, s. 22-23.

karşı önlemler almadan çalışıyorsa çalışma sermayesi ihtiyacı artacağından nakit yaratabilme imkanları zayıflar. Müşterinin enflasyondan olumsuz etkilenmesi borçlarını ödemede kendisini zor durumda bırakacak ve borçlarını ödeyemez hale gelecektir. Bu durumda satıcı işletmelerin kredi riski de yükselmiş olacaktır.

Normal ekonomik dönemler için, hatta enflasyonun değişken bir seyir izlediği enflasyon dönemlerinde, bir dönem için belirlenen kredi risk kategorilerinin tüm enflasyon dönemlerinde kullanılması işletmeleri yanıltacaktır. Düşük risk kategorisinde görülen bir müşteriye yapılacak kredili satışın riski daha yüksek gerçekleşebilecektir. Bu nedenle işletmeler tüm müşterilerini yakından izleyerek onların karakter ve kapasite durumları hakkındaki bilgilerini sürekli olarak yenilemelidir. Böylece risk kategorileri, güncelliğini ve müşterilerin gerçek durumunu yansıtabilme özelliğini koruyabilecektir.

#### **2.1.6.2. Kredi Limitinin Belirlenmesi**

Kredili satış yapan firmalar kredi limitlerini önceden belirler. Kredi limitlerini ve aradığı nitelikleri sıkı tutan firmaların alacak yatırımı az, tersi durum için de fazladır. Alacakların artması şüpheli ve değersiz alacak tutarını da artırır.

Klasik yaklaşıma göre, müşterinin yıllık kredi tutarı ve borç ödeme gücü planlandıktan sonra kredi limiti belirlenmelidir.<sup>156</sup>

Kredili satışta limit belirlenirken temel olarak, müşteri ve kredili satış yapacak firma ile ilgili grup faktörün etkisine dikkat edilmelidir.

##### **2.1.6.2.1. Müşteri İle İlgili Olanlar**

Müşteriye tanınacak kredi limitini etkileyen faktörlerden müşteriyle ilgili olanlar müşteri firmanın kendi bünyesi ile ilgili olabileceği gibi faaliyette bulunduğu iş kolu ile de ilgili olabilir. Müşteri ile ilgili faktörler şöyle sıralanabilir:

<sup>156</sup>CEYLAN, s.222.

i. Müşterinin işkolundaki şartlar

Müşterinin faaliyette bulunduğu işkolundaki şartlar elverişli, işkolu canlı, müşteri firmanın satışları ve karı artırıyor ve hatta müşteri pazar payını koruyabiliyor ise kredili satışların riski azdır. Ters durumlarında ise fazladır.

ii. Müşterinin işkolundaki risk

Müşterinin işkolundaki risk derecesi fazla ise kredi limitleri sınırlı tutulmalıdır, risk az ise kredi limitleri geniş tutulabilir.

iii. İşkolundaki kar marjı

İşkolunda görülen ortalama satış kar marjı yüksekse risk daha az, düşükse risk daha fazla kabul edilir.

iv. Müşterinin sermaye yapısı

Müşterinin "Borçlar / Öz Sermaye" oranı ne kadar düşük olursa, öz sermayesi güçlü ve borç ödeme gücü yüksek demektir. Dolayısıyla kredi limiti geniş tutulabilir.

v. Müşterinin eski veya yeniliği

Yeni müşteriler ile ilk defa kredili bir alış-verişe girileceği için yapılacak kredili satışların ne kadar riskli olacağı bilinemez. Bu nedenle riskin yüksek olabileceği düşünülerek kredi limitlerinin başlangıçta dar tutulması daha uygundur. Müşterilerin borç ödeme seyrine göre daha sonra kredi limitleri genişletilebilir.

vi. Müşterinin borç ödeme istekliliği ve performansı

Müşterinin borçlarını zamanında ve istenilen düzeyde ödemesi kredi limitinin belirlenmesi açısından lehinedir ve limit geniş tutulabilir. Borçlarını yavaş ve geç ödeyen müşterilerin kredi limitinin daraltılması da uygun bir davranış olacaktır.

vii. Yöneticilerin durumu ve tutumu

Müşteri firmanın yöneticileri tecrübeli, dürüst, disiplinli ve başarılı ise kredi riskinin azalacağı kabul edilip doğal olarak kredi limitleri genişletilebilir. Aksi hallerde riskin artacağı kabul edilir ve limitler daraltılır.

### 2.1.6.2.2. Kredili Satış Yapan Firma İle İlgili Olanlar

Müşteriye tanınacak kredi limitini etkileyen faktörlerden kredili satış yapan firma ile ilgili olanlar başlığı altında sıralayacağımız faktörler de yine bizzat bu firmanın kendi bünyesi ve izleyeceği politikalar ile ilgili olabileceği gibi firmanın rakibi olan diğer firmalar ile de ilgili olabilir. Bu faktörleri de şöyle sıralayabiliriz:

#### i. Firmanın büyüklüğü

Büyük firmaların satış hacimleri geniş ve sermayeleri de güçlü olacağından müşterilerine geniş kredi limitleri tanıyabilir. Çünkü doğabilecek riskleri küçük çaplı firmalara nazaran rahatlıkla yüklenebilirler.

#### ii. Firmanın pazarlama politikası

Yeni pazarlara girmeyi, pazar payını artırmayı veya belirli bir satış hacmine ulaşmayı amaçlayan firmalar, kredili satış şartlarını ve kredi limitlerini genişletebilir.

#### iii. Rakiplerinin politika ve uygulamaları

Kredili satış şartlarını ve limitlerini daha geniş tutan rakiplere karşı, kredi limitlerini ve kredili satış standartlarını geniş tutma ihtiyacı duyulabilir.

#### iv. Firmanın izlediği risk dağıtma politikası

Risk dağıtma politikası, kredili satış yapılacak müşteri sayısını artırarak her bir müşterinin toplam kredili satışlar içerisindeki oranını düşürmek ve muhtemel zararların oranını azaltmak olarak özetlenebilir. Özellikle küçük firmalar için risk dağıtma politikası önemlidir. Çünkü, alacaklarının tahsilinde olabilecek gecikme, aksama veya tahsil edememe, firmanın tasfiyesine dahi neden olabilir.

#### v. Firmanın mali olanakları ve kaynak maliyeti

Firmaların kaynakları dar ve kaynak maliyetleri de yüksek ise kredili satış standartlarını sıkı tutup kredi limitlerini daraltmaları da normaldir.

Müşteriye tanınacak kredi limitlerinin belirlenmesi için kullanılacak bazı sayısal ölçüler şunlar olabilir:

$$a- \frac{\text{Kredili satış yapılacak müşteriye tanınacak limit}}{\text{Kredili satış yapan firmanın toplam ticari alacakları}}$$

Bu oran için belirlenecek % 8-10 gibi üst sınır kredili satış limitini etkiler.

$$b- \frac{\text{Müşteriye tanınacak kredili satış limiti}}{\text{Müşteri firmanın öz sermayesi}}$$

Bu oran için belirlenecek %2-3 gibi üst sınır da kredili satış limitini etkiler.

$$c- \frac{\text{Müşteriye tanınacak kredili satış limiti}}{\text{Müşteri firmanın net işletme sermayesi}}$$

Bu oran için belirlenecek %10-12 gibi üst sınır da kredili satış limitini etkiler.

$$d- \frac{\text{Müşteriye tanınacak kredili satış limiti}}{\text{Müşteri firmanın toplam ticari borçları}}$$

Bu oran için belirlenecek %15-16 gibi üst sınır da kredili satış limitini etkiler.

Uygulanacak kredili satış politikasının, belirlenecek kredi standart ve limitlerinin, müşterilerin özelliklerine göre farklılaştırılması daha doğrudur. Çünkü tüm müşteriler aynı tutum ve davranışları göstermeyebilir. Dolayısıyla yeni veya borç ödemede aksamalar gösteren firmalar için kredi limitleri ve standartları sıkı tutulurken borç ödemeleri düzenli ve güvenilir firmalar için daha rahat davranılabilir.

### 2.1.6.2.3. Enflasyonun Kredili Satış Limitinin Belirlenmesine Etkisi

Ekonomik dalgalanmanın az olduğu dönemlerde müşterilerin karakter ve kapasite faktörlerinde olumsuz bir değişiklik olmayacağı düşüncesiyle işletmeler, kredili satış limitini belirlemek istemeyebilirler. Ancak kredi limiti kredili satış politikasının önemli bir faktördür.<sup>157</sup>

<sup>157</sup> Nail KOSOVA, "Kredi Limitleri", Ticaretliler Dergisi, S.4, Ağustos 1971, s.13.

Kredi limitleri enflasyonunu etkisiyle zamanla yetersiz kalacağından belirli zaman dilimlerinde gözden geçirilmesi ve yeniden belirlenmesi gerekir.<sup>158</sup> Çünkü enflasyonun paranın satın alma gücünü sürekli düşürmesiyle kredi limiti nominal olarak sabit kalacak ve bir süre sonra belirlenen limit ticari bir anlam taşımayacaktır.

### 2.1.6.3. Kar ve Maliyet Analizleri ile Kredili Satışın Vadesi, Nakit İskontosu ve Tahsilat Politikalarının Belirlenmesi

Ticari alacaklara yatırımı düşünüldüğünde, bu kararın doğuracağı olumlu ve olumsuz sonuçların göz önüne alınmalıdır. Alacaklara yapılacak yatırımlar, satışları artırdığı gibi maliyet artışlarını da beraberinde getirecektir. Bu nedenle yöneticiler ticari alacaklara yatırım kararı verirken diğer yatırım kararlarındaki gibi yarar ve maliyetleri karşılaştırmalıdır. Her zaman amaç, işletme için en yüksek net yarar sağlayacak politikaya ulaşmaktır. Bu amaçla yapılacak değerlendirmelerde kullanılan yöntemlerden birisi "Klasik Yaklaşım" olarak bilinen değerlendirme yöntemidir. Klasik yaklaşımda müşteriye tanınacak kredinin limitleri ve bu müşterinin borç ödeme gücü daha önce bahsedilen kaynaklardan yararlanılarak önceden belirlenir. Müşterinin dahil olduğu risk sınıfı ile birlikte rakip firmaların o müşteriye uyguladıkları vadeler de dikkate alınarak müşteriye tanınacak vade belirlenir. Klasik yaklaşımda kredili satış yapan firmanın yıllık satış hacmi, sattığı mal veya hizmetin özelliği, stok ve alacak devir hızı gibi bilgiler de tavsiye edilir.

Klasik yaklaşımda kredi politikasını değerlendirmede üç temel kriter vardır:<sup>159</sup>

- 1- 
$$\frac{\text{Şüpheli Alacaklar}}{\text{Kredili Satışlar}}$$
 Oranı
- 2- 
$$\frac{\text{Kredili Satışlar}}{\text{Alacaklar}}$$
 veya Alacak Devir Hızı
- 3- Alacakların Yaşı Çizelgesi

<sup>158</sup> Richard P. ETTINGER, Dawid E. GOLIEB, "Credit and Collection", Prentice-Hall, Inc., New Jersey, 1962, s.225.

<sup>159</sup> CEYLAN, s.223.

Klasik yaklaşımda kredili satış yapan firma bu üç kriterden elde edeceği verilerle, uyguladığı kredili satış politikasının performansını değerlendirmelidir.

Klasik yaklaşım, alacaklara yatırım konusunda karar vermede yararlı fakat yetersizdir. Bu nedenle müşterilere kredi açma konusu değerlendirilirken regresyon ve diğer analiz teknikleri de kullanılmalıdır.

Belirlenecek kredili satış politikası şu özelliklere sahip olmalıdır:<sup>160</sup>

- i - Satışları maksimize etmek,
- ii - Alacakların maliyetini minimize etmek,
- iii - Değersiz alacak zararlarını minimize etmek.

Kredilerde tanınacak değişik vadelerin etkilerini analiz ederek, vadelere göre müşterilere nakit iskontosu sunarak ve tahsilatla ilgili işlemler incelenerek yukarıdaki sonuçları sağlayıcı kredi politikasına ulaşılabilir.

Şimdi kredi politikasını oluşturan kredi vadesi, nakit iskontosu ve tahsilat politikası ile ilgili yapılacak analizlere teker teker değinelim.

#### **2.1.6.3.1. Kredili Satışın Vadesi İle İlgili Analizler**

Kredi açma konusunda ilgili ve yetkili kişinin sorumluluğu tam ve açık olarak belirlenmelidir. Böylece sorumlu kişi ölçülebilirliğini muhafaza etmek için bir performans standardına sahip olacaktır.

Siparişlerin değeri, firma için kişisel olarak önemlidir. Bunun için değerlendirilecek müşterilerin formel bilgileri elde edilmelidir. Müşterilerin kredi değerliliğini belirlemede yalnızca personele güvenilmemeli, dışsal bilgi kaynaklarına da müracaat edilmelidir. Bilgi sağlamada uzmanlaşan bir takım acenteler kullanılabilir. Müşteri karlılığını belirlemede kullanılan modeller yalnızca ürün bileşimini ele almamalı, aynı zamanda kredi şartları ile belirlenen kaynak maliyeti gibi özel fiyatlar ve iskontoları da dikkate almalıdır. Ayrıca kredi şartları ile

<sup>160</sup> Dileep MEHTA, "The Formulation of Credit Policy Models", *Management Science*, Vol:15, No:2, October 1968, s.30.

belirlenen maliyetine satışa kadar inen özel fiyatlar ve indirimler de dikkate alınmalıdır. Bu uygulama, kredi garantisi için sevk edici bir güçtür ve kredi politikaları oluşturulurken kredi süresinin uzunluğunun gözden geçirilmesi gibi kredi vermenin maliyeti de dikkate alınmalıdır.<sup>161</sup>

Ürettikleri mal ve hizmetlere karşı talebi artırmak için firmalar kredili satışlarda vadeyi uzatabilirler. Genellikle vadenin uzatılmasıyla satışlar da artar. Firmalar satış şartlarını belirlerken kendi amaçlarına göre hareket etmede serbesttirler. Fakat faaliyette buldukları endüstri kolu, bölgedeki yerleşmiş adetler, rakip firmaların izledikleri satış politikaları ve ekonomik hayattaki gelişmeleri de göz önüne almak durumundadırlar.

Stok devir hızı, satılan mamulün özelliği, satış miktarı, kredi riskinin özelliği ve kredi kurumlarının kredi süreleri gibi faktörler açılacak kredinin vadesini belirler. Örneğin stok devir hızı düşük mamuller, uzun vadelerle satılarak elden çıkarılmak istenebilir. Diğer taraftan finansal yapısı zayıf firmalar nakit ihtiyacı nedeniyle vadeleri kısa tutar. Vade, müşteriye uygulanacak iskonto oranını da etkiler.<sup>162</sup>

Kredili satışlarda vade arttıkça alacak seviyesi de artacaktır. Alacakların artması istenmediğinde kısaltılan vade, kredili satışları azaltacağından veya yıl içerisinde düzensiz yayacağından ya stokları artırır ya da üretim biçimini değiştirir.

Belirlenen politikaların aynen uygulamaya geçirilemeyeceği muhtemel olduğundan belirlenen politikalar göz önünde bulundurularak uygulama, düzenli ve sürekli olarak izlenmelidir. İzleme işlemi için çeşitli yöntemler kullanılabilir.<sup>163</sup>

Kredili satış politikası belirlenirken, ilke olarak benimsenen vade şartları, gelen müşteri teklifleri değerlendirmede dikkate alınacak ve ona göre müşteriye cevap verilecektir. Vade ile ilgili ilkeler tüm müşterilere aynen uygulanmaz, esneklikler gösterilebilir. Bazı müşteriler hakkındaki olumlu veya olumsuz tecrübeler de gelen tekliflerin değerlendirilmesinde göz önüne alınacaktır. Vadeler belirlenirken her ne kadar dikkat edilirse de bazen özel vadelerin doğması kaçınılmaz olmaktadır.

<sup>161</sup> ASCH and KAYE, s.102.

<sup>162</sup> CEYLAN, s.223.

<sup>163</sup> GÖNENLİ, s.429.



Bazı işletmelerde mevsimlik özel vadeler olabilir. Mevsimlik mallar üreten işletmelerin mallarına belirli dönemlerde talep yoğunlaşırken bazı dönemlerde de düşebilir. İşletmeler satışların durgun olduğu dönemlerde özel vadelerle satışları artırmaya çalışırlar. Tanınacak özel vadeler müşterilerin nakit girişlerine (ödeme güçlerinin artacağı tarihlere) uygun belirlenirse satışları artırmada özendirici olabilir.

Kredili satış yapacak firma, özel vade sonucu alacak yatırımının maliyeti ile satışları artırmanın karlılığını karşılaştırarak durgun dönemlerde müşterilere özel vade tanınmanın satışları artırmak için yeterli olup olmadığına karar vermelidir.

Özel vade yaparak satışları artırmanın, stoklama maliyetini de önemli ölçüde azaltabileceği, özel vade tanıma kararı verilirken göz önünde tutulmalıdır. Özetle şunu söyleyebiliriz ki, mevsimlik vadelerin satışları artırıp stoklama maliyetlerini azaltacağı düşünülerek mevsimlik vade uygulanabilir.

Ödeme şartlarında yapılacak değişikliklerin ek maliyetleri, ek kredili satışlardan sağlanan kardan düşük olduğu sürece kredi şartları gevşetilebilir.<sup>164</sup> Böyle bir politika sonucu artacak satışların firmaya getireceği ek kar, alacak maliyetini ve firmanın beklediği getiriye aşmalıdır, net getirisi pozitif olmalıdır.

Bu nedenle değişik vadelerin analizlerinde vadenin sağlayacağı ek satış ve ek karı bulmak gerekir. Ek satışları hesaplayabilmek için talep tahminleri yapılmalıdır. Yapılan talep tahminlerinin yanıltıcı olmaması için subjektif olasılıklar da hesaba katılmalı ve daha sonra ek karlılık bulunmalıdır.<sup>165</sup>

Ek karı bulmak için, her bir vadeye göre satış fiyatının peşin değeri bulunur. Çünkü vade sonunda tahsil edilecek satış gelirinin şimdiki değeri daha düşüktür. Bu nedenle vade uzadıkça firma ve müşteri açısından satış fiyatı da düşmüş olmaktadır.

Farklı vadelerdeki ödemelerin peşin değerlerinin farklı olması nedeniyle birim kar da farklılaşacağından, müşteri gruplarının tercih edecekleri vadeler, farklı vadeler için düzeltilmiş birim karın belirlenmesinde bir diğer değişken olmaktadır.<sup>166</sup>

<sup>164</sup> Türkan ARIKAN, "Alacakların Yönetimi II", *Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, C.11, Sayı 11, Kasım 1974, s.45.

<sup>165</sup> George L. MARRAH, "Managing Receivables", *Financial Executive*, Vol:38, July 1970, s.42.

<sup>166</sup> NALÇACI, s.24.

Kaynak maliyeti kredili satışların limit ve vadelerini etkilemektedir. Kaynak maliyetindeki artış, alacak yatırım maliyetini artıracığından net karda azalışa neden olacaktır. Kaynak maliyetindeki azalış ise kredili satışın vadesinin uzamasına ve kar artışına neden olacaktır.<sup>167</sup>

Kredili satışların vadesi uzatıldığında ek kar ek maliyeti aşıyorsa vade uzatmanın olumlu olabileceğini bir örnek üzerinde gösterelim.<sup>168</sup>

**Örnek :** GÜNEŞ A.Ş. uyguladığı 3 ay vadeli satış politikası ile 6.000 TL birim maliyetli mamulleri 8.000 TL' ye satarak 120.000 birim satış hacmine ulaşmıştır. Mevcut durumda şüpheli alacak oranı % 2' dir. Firma yeni bir politikanın analizini yapmaktadır. Vadeyi 6 aya çıkararak satışlarını % 30 oranında artırabileceğini tahmin etmektedir. Bu politika değişikliği sonucu artan satışlar, birim maliyeti 5.500 TL' ye düşürmektedir. Fakat yeni şüpheli alacak oranının da % 2,5 olacağı tahmin edilmektedir. Kaynak maliyeti % 40' tır.

Yeni kredili satış politikasının firmaya katkısını hesaplayalım.

	3 Ay Vade	6 Ay Vade
Birim Satış Fiyatı	8.000 TL	8.000 TL
Birim Maliyet	6.000 TL	5.500 TL
Satış Hacmi	120.000 br.	156.000 br.
Toplam Hasılat	960.000.000 TL	1.248.000.000 TL
Toplam Maliyet	720.000.000 TL	858.000.000 TL
Brüt Satış Karı	240.000.000 TL	390.000.000 TL

**Kardaki Artış**

**150.000.000 TL**  
(390.000.000-240.000.000)

	12 ay/ 3 ay = 4 defa	12 ay/ 6 ay = 2 defa
Alacak Devir Hızı	12 ay/ 3 ay = 4 defa	12 ay/ 6 ay = 2 defa
Satış Hasılatı Üzerinden Ortalama Alacak Tutarı	240.000.000 TL (960.000.000/4)	624.000.000 TL (1.248.000.000/2)
Maliyet Üzerinden Ortalama Alacak Tutarı	180.000.000 TL (720.000.000/4)	429.000.000 TL (858.000.000/2)

**Satış Hasılatı Üzerinden Ortalama Alacaklardaki Artış**

**384.000.000 TL**  
(624.000.000-240.000.000)

<sup>167</sup> D.Wayne WRICHTMAN, (Çev: Evcan KIZILOĞLU), "Alacaklı Hesapları İçin Optimal Kredi Vadeleri", Atatürk Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, C.5, No:3/4, 1982, s.348.

<sup>168</sup> AKGÜÇ, s.249.

**Maliyetler üzerinden Ortalama Alacaklardaki Artış** **249.000.000 TL**  
(429.000.000-180.000.000)

Maliyet Üzerinden Değersiz Alacak Tutarı	14.400.000 TL (720.000.000 x % 2)	21.450.000 TL (858.000.000 x % 2,5)
--	--------------------------------------	--

**Değersiz Alacak Tutarındaki Artış** **7.050.000 TL**  
(21.450.000 - 14.400.000)

Değişikliğin Toplam Maliyeti = İlave Kaynak Maliyeti+Değersiz Alacak Artışı

$$= 99.600.000 + 7.050.000$$

$$= 106.650.000 TL$$

Değişikliğin Getireceği Kar Artışı (Toplam Katkısı) = 150.000.000 TL

Değişikliğin Net Katkısı = Kar Artışı - Toplam Maliyet

$$= 150.000.000 - 106.650.000$$

$$= 43.350.000 TL$$

Politika değişikliği ile firmanın katlanacağı toplam maliyet 106.650.000 TL iken elde edeceği toplam yarar (kar artışı) 150.000.000 TL olmaktadır. Dolayısıyla kar artışı, maliyetten fazla olduğu için kredili satış politikasını değiştirerek vadeyi 3 aydan 6 aya çıkarmak firma karlılığına olumlu katkıda bulunacaktır.

Değişik vadeler dikkate alınarak belirlenecek kredili satış politikasının satışlar ve kar üzerindeki etkisini de bir örnekle açıklayalım.<sup>169</sup>

**Örnek:** İLK-AY A.Ş.' nin ürettiği mamullerin birim maliyeti 1.100.000 TL ve satış fiyatı da 1.800.000 TL' dir. Bu işletmenin çeşitli vadelerde yapabileceği satış tahminleri ve satış hacimlerine ilişkin olasılık dağılımları aşağıdaki gibidir. (tablo:2)

<sup>169</sup> AKSOY, s.237-240.

**Tablo 2: İLK-AY A.Ş. SATIŞ TAHMİNLERİ VE OLASILIKLARI**

(1) SATIŞ TAHMİNİ	VADELERE AİT OLASILIKLAR (Gün) ve TAHMİNİ TALEPLER											
	PEŞİN		60 gün		90 gün		120 gün		150 gün		180 gün	
	(2) %	(3)(1x2) Talep	(4) %	(5)(1x4) Talep	(6) %	(7)(1x6) Talep	(8) %	(9)(1x8) Talep	(10) %	(11)(1x10) Talep	(12) %	(13)(1x12) Talep
0 br	12	0	8	0	7	0	5	0	2	0	2	0
20.000 br	18	3.600	10	2.000	10	2.000	8	1.600	7	1.400	4	800
40.000 br	27	10.800	12	4.800	12	4.800	10	4.000	8	3.200	9	3.600
60.000 br	30	18.000	48	28.800	42	25.200	33	19.800	30	18.000	28	16.800
80.000 br	8	6.400	16	12.800	22	17.600	36	28.800	42	33.600	45	36.000
100.000 br	5	5.000	6	6.000	7	7.000	8	8.000	11	11.000	12	12.000
<b>BEKLENEN TALEP</b>		<b>43.800</b>		<b>54.400</b>		<b>56.600</b>		<b>62.200</b>		<b>67.200</b>		<b>69.200</b>

Aylık kaynak maliyeti de % 1 ise bu iskonto oranı üzerinden satış fiyatı olan 1.800.000 TL' nin vadelere göre peşin değerleri de şöyle olacaktır: (tablo:3)

$$\text{Peşin Değer} = \frac{\text{Satış Fiyatı}}{(1 + \text{İskonto Oranı})^{\text{Vade}}}$$

**Tablo 3: SATIŞ FİYATININ VADELERE GÖRE PEŞİN DEĞERLERİ**

VADE	PEŞİN DEĞERLER (1.000 TL)
Peşin	1.800
60 gün	$1.800 / (1 + 0,01)^2 = 1.764,71$
90 gün	$1.800 / (1 + 0,01)^3 = 1.747,57$
120 gün	$1.800 / (1 + 0,01)^4 = 1.729,11$
150 gün	$1.800 / (1 + 0,01)^5 = 1.712,66$
180 gün	$1.800 / (1 + 0,01)^6 = 1.694,92$

Alacaklar vadesinde tahsil edilebiliyorsa vadeli satışların karlılığı şu şekilde hesaplanabilir: Vadelere göre satış fiyatının peşin değerleri satış tahminleri ile çarpılarak elde edilecek satış hasılatının peşin değeri belirlenir ve maliyetle karşılaştırılır. Böylece peşin değer olarak maksimum karı veren vade en uygun vade olacaktır. Hesaplama tablo:4' de gösterilmektedir.

**Tablo 4: VADELERE GÖRE KREDİLİ SATIŞLARIN KARLILIĞI**

Vade (Gün)	(1) Fiyatın Peşin Değ. (Bin TL)	(2) Beklenen Talepler	(3=1 x 2) Satış Hasılatı Peşin Değ. (Milyon TL)	(4=2 x 1.100 TL) Sat. Mal Maliyeti (Milyon TL)	(5=3-4) Brüt Satış Karı (Milyon TL)
Peşin	1.800	43.800	78.840	48.180	30.660
60	1.764,71	54.400	96.000,22	59.840	36.160,22
90	1.747,57	56.600	98.912,46	62.260	36.652,46
120	1.729,11	62.200	107.550,64	68.420	39.130,64
150	1.712,66	67.200	115.090,75	73.920	41.170,75
180	1.694,92	69.200	117.288,46	76.120	41.168,46

Bu firma peşin satış yaptığında brüt kar 30.660.000.000 TL olurken vadeli satışlara başladıkça brüt kar da artmakta ve 150 gün vadeli satışta maksimum brüt kara ulaşarak 41.170.750.000 TL kar elde etmektedir. Fakat 120 gün vadeli satışta da 39.130.640.000 TL brüt kar elde ederek 150 gün vadeli satışta ulaşacağı kara yaklaşmaktadır. İlk görünüşte peşin satış ile 60 ve 90 gün vadeli satışlar hiç te doyurucu olmamaktadır. 180 gün vadeli satışta ulaşılan 41.168.460.000 TL 'lik brüt kar da zaten 150 gün vadeli satıştaki brüt karın altında kalmaktadır. Firma iki vade arasında tercih yapacaktır. Ya 150 gün vade uygulayarak 41.170.750.000 TL maksimum satış karına ulaşılacak ya da vadeyi 30 gün daha kısaltarak 39.120.640.000 TL' lik brüt satış karına razı olunacaktır. Bu durumda brüt satış karı 2.040.110.000 TL azalırken alacak tahsil süresinin 30 gün kısalması söz konusu olmaktadır. Bu tercih aşamasında firmanın sağlıklı karar vermesi oldukça zordur. Çünkü vadeli satışların artıracığı brüt karın peşin değerlerinin maliyetle karşılaştırılması yeterli olmamaktadır. Vadeli satıştaki brüt kar, diğer maliyetler ile karşılaştırılarak daha sağlıklı karar verilmelidir. İşte bu durumda analizi daha ilerletmek ve diğer maliyet unsurlarını da hesaba katmak gerekmektedir.

Dikkate alınacak bu maliyet unsurlarından birisi de şüpheli alacak oranlarıdır. Çünkü alacakların zamanında ve tamamen tahsili her zaman mümkün olmamaktadır. Kredili satış vadelerini artırarak daha yüksek satış hacmine ulaşmak, firmaları kredi değerliliği düşük müşterilere satış yapmak durumu ile karşı karşıya bırakmaktadır. Bu durumda değişik vadelerde elde edilen brüt satış kar artışlarını bu vadelerdeki tahsili geciken veya tamamen tahsil edilemez hale gelen alacakların maliyeti ile

karşılaştırma gereği ortaya çıkmaktadır. Örneğimize devam edecek olursak; örnek firmamızın değişik vadelere göre şüpheli alacak oranları da şöyle olsun: (tablo:5)

**Tablo 5: VADELERE GÖRE ŞÜPHELİ ALACAK ORANLARI**

Vade	60 gün	90 gün	120 gün	150 gün	180 gün
Şüpheli Alacak Oranı	% 1	% 1,2	% 1,6	% 2	% 2,5

Şimdi tablo 4' de bulduğumuz çeşitli vadelerdeki satış hasılatının peşin değerleri üzerinden, tablo 5' teki şüpheli alacak oranları yardımıyla bulacağımız şüpheli alacak kayıplarını vadelere göre brüt satış karından çıkararak vadelere göre net satış karını yeniden hesaplayalım: (tablo: 6)

**Tablo 6: VADELERE GÖRE NET SATIŞ KARI**

Vade (Gün)	(1) Satış Hasılatı Peşin Değ. (Milyon TL)	(2) Şüp. Al. Oranı %	3 (1x2) Satış Has. Göre Şüp. Al. Zararı	(4) Brüt Satış Karı (Milyon TL)	5 (4-3) Net Satış Karı (Milyon TL)
Peşin	78.840	-	-	30.660	30.660
60	96.000,22	1	960	36.160,22	35.200,22
90	98.912,46	1,2	1.186,95	36.652,46	35.465,51
120	107.550,64	1,6	1.721,81	39.130,64	37.409,83
150	115.090,75	2	2.301,82	41.170,75	38.868,93
180	117.288,46	2,5	2.932,21	41.168,46	38.236,25

Görüldüğü gibi bu firma yine 150 gün vadeli satış politikası ile maksimum net satış karına ulaşarak 38.868.930 TL elde etmektedir.

Satıcı kredilerinden de yararlanan firmalar, satıcıların bekledikleri getiriye müşteri riskini ekleyerek kendi ulaşmak istedikleri getiriye bulabilirler. Firmaların çok sayıda müşteriye fon bağlamakla ayrı bir yük üstlendiğini ve riskin arttığını düşünerek daha fazla getiri istemesi doğaldır.

Firmaların uygulayacağı uygun kredi vadesinin tespitinde yapılacak analizlerde vadenin uzatılması sonucu artacak alacaklara bağlanan fonların maliyeti ile diğer ilave maliyetlerin, satış artışının getirdiği karlarla karşılaştırılması da dikkate alınması gereken başka bir unsurdur.

Uzatılan vade sonucu satışlarda meydana gelecek artış karlılığı artıracak ancak işletme, artan alacakların neden olacağı daha fazla kaynak maliyetine ve değersiz alacağa katlanmak zorunda kalacaktır.

Vade uzatma kararı konusunda genel olarak şunu söyleyebiliriz: Firmaların vadeyi uzatarak satışlarını artırması sonucu doğacak ek alacak maliyetleri bu artan satışların firmaya sağlayacağı ek karı aşmamalıdır. Yani ek kar, ek maliyetten fazla olduğu sürece vade uzatarak satışları artırmak uygun bir yol olarak görülebilir.

#### 2.1.6.3.2. Nakit İskontosu ile İlgili Analizler

Müşterileri erken ödemeye özendirmek için alacakların bir kısmından vazgeçilmesine nakit iskontosu denir. Bu nedenle kredi politikası oluşturulurken nakit iskonto uygulamasının da analiz edilmesi önemlidir.

Nakit iskontosu, işletmenin kaynak maliyetini doğrudan etkilemektedir. Örneğin, işletmenin aylık kaynak maliyeti % 1 ve işletme, 30 gün vadeli yaptığı kredili satışta müşterisine peşin ödemede % 2 nakit iskontosu teklif etmiş olsun. Müşteri iskonto teklifini kabul ederse işletmenin yıllık kaynak maliyeti % 12'den % 24'e yükselecektir. Nakit iskontosu uygulandığında, satışın bugünkü değeri iskonto nedeniyle daha düşük olacağından işletme öz sermayesi de olumsuz etkilenecektir.<sup>170</sup>

Kredili satışların vadesi, müşteriye tanınacak iskonto tutarını da etkiler. "Kredi şartı" kavramı, müşteriye tanınacak vade ve vadeden önce yapılacak ödemelerde uygulanacak iskonto oranını içerir. Örneğin, yalnızca "net, 60" şeklinde belirlenen kredi şartının anlamı, iskonto yapılmadan satışlara 60 gün vade tanındığıdır. "2/10, net 60" şeklinde belirlenen kredi şartının anlamı da, satışlara 60 gün vade tanındığı fakat ilk 10 gün içerisinde ödeme yapan müşterilere % 2 iskonto yapılacağıdır.

Nakit iskonto politikasının uygulamasında, alacağın iskonto yoluyla vazgeçilen kısmı firma için bir maliyet unsuru olurken firma, iskonto uygulamasının çeşitli katkılar sağlamasını bekler. Uygun iskonto oranı ve yararlanma süresi belirlenirken katlanılan maliyet(kayıp) ve elde edilecek yararlar karşılaştırılır.

<sup>170</sup> TURKO, s.248.

İskonto uygulamasının katkıları şunlar olabilir:<sup>171</sup>

- i. Artan tahsilatla alacak için fon ihtiyacı, dolayısıyla kaynak maliyeti doğmaz.
- ii. İskontoyla düşen fiyatlar müşterilere daha cazip geleceğinden satışlar artar.
- iii. Tahsilat artacağından şüpheli ve değersiz alacaklar da önlenecektir.

Nakit iskontosu, satıcı firma için bir tür fiyat indirimidir ve satışları artırıcı etki yapar. Müşteri açısından da fiyat düşürücü bir etmendir. Ödeme belirli bir süre içerisinde yapıldığı ve nakit iskontosundan yararlandığı takdirde gerçek fiyat (Pr) şu formül ile hesaplanabilir:<sup>172</sup>

$$Pr = P - P \times d - [ P \times (1 - d) \times k \times t / 365 ]$$

Formülde kullanılan sembollerin anlamları şöyledir:

Pr : Gerçek fiyat  
P : Fatura fiyatı  
d : Nakit iskonto oranı  
k : Müşteri için kaynak maliyeti  
t : İskontodan yararlanma süresi

Fatura fiyatı üzerinden gerçek fiyatı bulmayı formüle uygulayalım.

**Örnek:** "4/30, net 90" şeklinde (90 gün vadeli satışlarda ilk 30 gün içerisinde yapılan ödemelere %4 iskonto uygulanacaktır) iskonto politikası uygulayan bir firmanın 5.000 TL' ye sattığı bir mal için müşterinin kaynak maliyeti %40 ise iskontodan yararlandığında gerçek fiyat ne olacaktır?

P (Fatura fiyatı)	= 5.000 TL
d (Nakit iskonto oranı)	= % 4
k (Müşteri için kaynak maliyeti)	= % 40
t (İskontodan yararlanma süresi)	= 30 gün
Pr (Gerçek fiyat)	= ?

$$Pr = P - P \times d - [ P \times (1 - d) \times k \times t / 365 ]$$

<sup>171</sup> J. Fred Weston and Eugene F. BRIGHAM, "Essentials of Managerial Finance", Third Edition, The Dryden Press, New York, 1974, s.174.

<sup>172</sup> Öztin AKGÜÇ, "Finansal Yönetim", İstanbul Üniversitesi Muhasebe Enstitüsü Yayın No: 56, 5. Baskı, Avcıol Matbaası, İstanbul, 1989, s. 249.



$$= 5.000 - (5.000 \times 0,04) - [ 5.000 \times (1-0,04) \times 0,40 \times 30 / 365 ] = 4.642,2 \text{ TL}$$

Görüldüğü gibi satış fiyatı 5.000 TL olan bir mal, belirlenen iskonto politikası sonucu 4.642,2 TL gerçek satış fiyatı ifade etmektedir. Müşteri için kaynak maliyeti % 40 (bu durumda aylık kaynak maliyeti,  $40 : 12 = 3,3$  % olur) ise uygulanan iskonto oranı kaynak maliyetinden daha caziptir ( $\% 4 > \% 3,3$ ). Bu da müşteri açısından olumlu bir durumdur. Bu arada iskontodan yararlanma süresi olan 30 gün de müşterinin kararında rol oynayacaktır.

İskonto uygulamaya başlanacağı veya önceden uygulanan iskonto oranının yükseltilmesi düşünüldüğünde uğranılacak gelir kaybı ile tahsilatın hızlanmasının, şüpheli ve değersiz alacak zararlarının azalmasının ve satışların artmasının sağlayacağı kazançlar karşılaştırılarak karar verilmelidir. Yararlar, kayıplardan fazla olduğu sürece iskonto politikasının değiştirilmesi uygun olacaktır.

Nakit iskonto oranını değiştirmenin sağlayacağı faydaları ve neden olacağı gelir kayıplarını göz önüne alarak karar verme durumunu bir örnekle açıklayalım:<sup>173</sup>

**Örnek :** TEKGÜL Şirketi 350 TL' ye mal ettiği bir birim mamulü 500 TL' ye satmaktadır. Uygulanan iskonto politikası "3/30, net 75" (75 gün vadede ilk 30 gün içinde ödeyene %3 iskonto yapılacaktır) 'tır. Firmanın yıllık kaynak maliyeti %25'tir.

Nakit iskonto politikasının müşteriler tarafından kabul edilip edilmeme durumlarına göre muhtemel karlılık şu şekilde olacaktır:

	30 Günde Ödeme (TL) (İskontodan yararlanma)	75 Günde Ödeme (TL) (İskontodan yararlanmama)
Birim Satış Fiyatı	485 <sup>174</sup>	500
(-) Birim Mamul Maliyeti	350	350
(-) Birim Kaynak Maliyeti	7,21 <sup>175</sup>	17,98 <sup>176</sup>
Birim Muhtemel Kar	127,79	132,02

<sup>173</sup> AKSOY, s.243-245.

<sup>174</sup> İskontolu Satış Fiyatı=Satış Fiyatı-İskonto Tutarı =>  $500-(500 \times \% 3) = 485 \text{ TL}$

<sup>175</sup> Yıllık kaynak maliyeti % 25 olduğu için 30 günlük maliyeti  $(30/365 \times 0,25)$  0,0206 ve alacakların 30 günlük finansmanı için katlanılan maliyet  $(350 \text{ TL.} \times 0,0206)$  7,21TL' dir.

<sup>176</sup> 75 günlük kaynak maliyeti  $(75/365 \times 0,25)$  0,0514 ve alacak finansmanı maliyeti ise 17,98 TL' dir.

Görüldüğü gibi 30 gün içinde yapılan ödemelere %3 iskonto yapıldığında bu bakış açısıyla karlılık daha az olmaktadır. Gerçekte yıllık %25 maliyete karşılık aylık %3 iskonto uygulamak işletmeye biraz ağır gelmektedir. Çünkü %3' lük iskonto, maliyetinden ( $25 : 12 = 2,1$ ) daha fazladır ( $3 > 2'$  dir).

Karlılık değişimindeki nakit iskontosu uygulamasının yanı sıra burada dikkat edilmesi gereken bir nokta da nakit iskontosu uygulamasının şüpheli alacakların doğmasını önlemesi olmalıdır. Çünkü iskonto politikasının kabul edilip tahsilatın hızlanması ile hem alacaklara yatırılan kaynak maliyeti ortadan kalkacak hem de şüpheli ve değersiz alacak zararları doğmayacaktır.

Şüpheli alacak oranları da dikkate alınarak iskonto politikasının etkisi daha sağlıklı görülebilir. 75 günlük vadeli satışlarda şüpheli alacak oranı % 4 iken nakit iskontonun kabul edilmesi halinde %1' e düşecektir. Şüpheli alacak oranındaki bu değişikliğin firmanın karlılığına etkisi şöyle olacaktır:

	30 Günde Ödeme (TL) (İskontodan yararlanma)	75 Günde Ödeme (TL) (İskontodan yararlanmama)
Birim Satış Fiyatı	485	500
(-) Birim Mamul Maliyeti	350	350
(-) Birim Kaynak Maliyeti	7,21	17,98
Şüpheli Alacak Oranı	% 1	% 4
(-) Birim Şüp.Alac. Zararı	3,57 <sup>177</sup>	14,72 <sup>178</sup>
Birim Muhtemel Kar	124,22	117,30

Nakit iskontosunun kabul edilerek 75 gün yerine 30 günde ödeme yapılması şüpheli alacakları azaltacaktır. Bu azalış ta firmanın karlılığını artıracığı için iskonto uygulaması uygun olacaktır. Çünkü iskonto uygulamada şüpheli alacak zararı dikkate alındığında birim kar daha çok olmaktadır.

<sup>177</sup> Şüpheli Alacak Zararı = (Satılan Mal Maliyeti + Alacak Maliyeti) x Şüpheli Alacak Oranı  
Ş.A.Z.(30 gün) = (350 TL. + 7,21 TL.) x 0,01 = 3,57 TL.

<sup>178</sup> Ş.A.Z.(75 gün) = (350 TL. + 17,98 TL.) x 0,04 = 14,72 TL.

Örneğimizde de görüldüğü gibi iskontodan yararlanmayı tüm müşterilerin kabul etmesi ya da hiçbirinin kabul etmemesi uç bir durumdur. Genel olarak müşterilerin bir kısmı iskontoyu kabul ederek erken ödeme yapar, bir kısmı da iskontoyu kabul etmeyerek vade sonunda ödeme yapar.

Şimdi müşterilerin bir kısmının iskontoyu kabul edip bir kısmının da kabul etmediği durumu bir örnek üzerinde değerlendirelim.<sup>179</sup>

**Örnek :** ONUR A.Ş.'nin 420TL ye maledip 750TL ye sattığı mamullerin yıllık satış hacmi 400.000 birimdir. Firmanın uyguladığı satış politikası, nakit iskontosu yapmadan 3 ay vade tanımaktır. Firma politika değişikliği yaparak nakit iskontosu uygulamaya karar vermiştir. İskonto politikasını "5/15, net 75" şeklinde (75 gün vadeli satışlarda ilk 15 gün içinde ödeme yapılırsa % 5 iskonto uygulanacaktır) belirlemiştir. Firma, yaptığı analizlerde müşterilerinin % 40' ının bu uygulamadan yararlanacağını, satış hacminde ise değişiklik olmayacağını belirlemiştir. Firmanın kaynak maliyeti % 50' dir.

Yıllık Satış Hasılatı	: 300.000.000 TL (750 TL x 400.000 TL/br)
(-) Yıllık Satış Maliyeti	: <u>168.000.000 TL</u> (420 TL x 400.000 TL/br)
Brüt Satış Karı	: 132.000.000 TL

	Eski Politika(3 ay)	Yeni Politika (2 ay)
Alacak Devir Hızı	360/90 = 4	360/60 <sup>180</sup> = 6
Maliyet ile Ort. Alacak	42.000.000 TL (168.000.000/4)	28.000.000 TL (168.000.000/6)

Maliyet İle Ort. Alacak Azalışı 14.000.000 TL  
(42.000.000 - 28.000.000)

Alacak Azalışının Sağladığı Tasarruf 7.000.000 TL  
(14.000.000 x % 50)  
(Kaynak Maliyeti % 50)

Politika Değişikliğinin Yıllık İskonto Maliyeti (Gelir Kaybı) 6.000.000 TL  
(300.000.000 x 0,4 x 0,05)  
(Müşterilerin % 40' ı yararlanıyor ve iskonto maliyeti % 5)

<sup>179</sup> AKSOY, s.245-246.

<sup>180</sup> Yeni politika ile 75 gün vadeli satışta, 15 gün içinde ödeme yapılıncaya vade 60 gün (2 ay) olacaktır.

Politika değişikliğinden sonra 7.000.000 TL tasarruf sağlanırken, 6.000.000 TL' lik iskonto maliyeti doğacaktır. Yani firmanın nakit iskontosu uygulamasına başlamasıyla sağlayacağı fayda, meydana getireceği gelir kaybından daha fazladır. Sağlanacak tasarruf katlanılacak maliyetten daha fazla (8.400.000 TL - 6.000.000 TL = 1.000.000 TL) olduğundan firmanın nakit iskonto politikasını değiştirmesi ve nakit iskontosu uygulamaya başlaması uygun olacaktır. Diğer taraftan satışların artması ve şüpheli veya değersiz alacakların da azalması bu politika değişikliğinin yani nakit iskonto oranını artırmanın diğer olumlu sonuçları olmaktadır.

Dikkat edilir ise örneğimizde satış hacmi, birim maliyet ve şüpheli alacak oranlarının her iki politikada da değişmediği kabul edilmiştir. Şimdi politika değişikliğinin satış hacmi, birim maliyet ve şüpheli alacak oranlarında bir değişiklik meydana getirmiş olduğu farklı bir örneği inceleyelim.<sup>181</sup>

**Örnek :** ERDEM A.Ş. 1.200 TL' ye sattığı bir birim mamülü 700 TL' ye mal etmektedir. Firma 6 ay vadeli satış yaparak ve nakit iskontosu uygulamayarak yıllık 250.000 birim satış yapmaktadır. Bu durumda firmanın şüpheli alacak oranı % 2,5' tur. Firma "2/30, net 150" şeklinde (150 gün vadeli satışlarda ilk 30 gün içerisinde yapılan ödemelere % 2 iskonto yapılacaktır) nakit iskonto politikası uygulamaya karar vermiştir. Firma bu politika değişikliği ile yıllık satış hacminin % 20 artacağını tahmin etmiş ve artan satış hacminde birim başına azalacak sabit maliyetler sonucu birim maliyetin de 650 TL' ye düşeceğini hesaplamıştır. Firma, şüpheli alacak oranını % 2,2' ye düşeceğini ve müşterilerinin % 60' ının bu uygulamadan yararlanacağını tahmin etmiştir. Firmanın yıllık kaynak maliyeti ise % 25' tir.

Firmanın konu ile ilgili analizi şu şekilde olacaktır:

	<b>Eski Politika (180 gün vade)</b>	<b>Yeni Politika (150-30 gün=120 gün)</b>
Br. Satış Fiyatı	1.200 TL	1.200 TL
Br. Satış Maliyeti	700 TL	650 TL
Yıllık Kredili Satış Hacmi	250.000 br.	(% 20 Artış) 300.000 br.
Yıllık Satış Hasılatı	300.000.000 TL	360.000.000 TL
Yıllık Satış Maliyeti	175.000.000 TL	195.000.000 TL
Brüt Satış Karı	125.000.000 TL	165.000.000 TL

<sup>181</sup> AKGÜÇ, s.243-244, AKSOY, s.244-246.

Brüt Satış Karındaki Artış ..... 40.000.000 TL

Alacak Devir Hızı	360/180=2	360/120=3
Maliyet İle Ort. Alacaklar	87.500.000 TL (175.000.000/2)	65.000.000 TL (195.000.000/3)

Ortalama Alacak Azalışı ..... 22.500.000 TL  
(87.500.000-65.000.000)

Alacak Maliyeti <sup>182</sup>	22.050.000 TL <sup>183</sup>	16.380.000 TL <sup>184</sup>
--------------------------------	------------------------------	------------------------------

Alacak Azalışının Sağladığı Tasarruf ..... 5.670.000 TL  
(22.050.000- 16.380.000)

Şüpheli Alacak Oranı	0,025	0,022
Şüpheli Alacak Zararı <sup>185</sup>	4.926.250 TL <sup>186</sup>	4.650.360 TL <sup>187</sup>

Şüpheli Alacak Zararındaki Azalış ..... 275.890 TL  
(4.926.250 - 4.650.360)

Bu durumda firmanın yapacağı politika değişikliği sonucu elde edeceği toplam katkı ve katlanacağı iskonto maliyeti ise şöyle olacaktır:

Toplam Katkı = Alacak Azalışının Sağlayacağı Tasarruf + Şüpheli Alacak Tutarındaki Azalış

Toplam Katkı = 5.670.000 TL + 275.890 TL = 5.945.890 TL

İskonto Maliyeti = Yıllık Satış Hasılatı x Yararlanan Müşteri Oranı x İskonto Oranı

İskonto Maliyeti = 360.000.000 TL x 0,6 x 0,02 = 4.320.000 TL

Politika değişikliğinin firmaya sağlayacağı toplam katkı 5.945.890 TL olurken, firmanın katlanmak zorunda kalacağı iskonto maliyeti 4.320.000 TL olmaktadır. Yani fayda maliyetten daha fazla olmaktadır (5.945.890 TL > 4.320.000 TL). O halde belirlenen şartlarda nakit iskontosu uygulamak firma için olumludur.

<sup>182</sup> Yıllık kaynak maliyeti %25 ise günlük kaynak maliyeti  $1 / 365 \times 0,25 = 0,0007$ 'dir.

<sup>183</sup>  $175.000.000 \times 0,0007 \times 180 \text{ gün} = 22.050.000 \text{ TL}$

<sup>184</sup>  $195.000.000 \times 0,0007 \times 120 \text{ gün} = 16.380.000 \text{ TL}$

<sup>185</sup> Şüpheli Alacak Zararı = (Satılan Mal Maliyeti + Alacak Maliyeti) x Şüph. Al.Oranı

<sup>186</sup>  $[(175.000.000 + 22.050.000) \times 0,025] = 4.926.250 \text{ TL}$

<sup>187</sup>  $[(195.000.000 + 16.380.000) \times 0,022] = 4.650.360 \text{ TL}$

Nakit iskonto oranının değiştirilebileceği başka durumlar da olabilir. Örneğin firmalar satışlarını tüm yıla dağıtabilmek için talebin düşük olduğu mevsimlerde de nakit iskonto oranını yükseltebilmektedirler. Ayrıca bazı durumlarda rekabet içinde oldukları firmaların iskonto politikalarını izleyerek onlardan daha cazip şartlarla satış yaparak satış hacmini artırmak amacı ile de iskonto oranını değiştirme ihtiyacı duyulabilirler. Bu arada daha uygun şartlar sunarak ortalama tahsilat süresini kısaltmak ve şüpheli veya değersiz alacak tutarlarını azaltmak ta istenebilir.

İskonto oranının yükseltilmesine ilaveten ortalama alacak tahsil süresi ile şüpheli veya değersiz alacak miktarını etkileyen bir başka faktör de iskontodan yararlanma süresinin uzatılmasıdır. Bu politika değişikliğinin sonuçlarına bakacak olursak; bir firmanın hem nakit iskonto oranını yükselttiğini hem de iskontodan yararlanma süresini uzattığını kabul edelim. Bu politika değişikliği tahsilat süresi üzerinde bazı müşterileri özendirici bazılarını da geç ödemeye sevk edici iki farklı sonuç doğurabilir. Nakit iskonto oranı yükselince bazı müşteriler fiyat avantajından yararlanma isteğiyle erken ödemeye özendirilmiş olurken daha önce de iskontodan yararlanan bazı müşteriler ise iskontodan yararlanma süresi uzatıldığından geç ödemeye sevk edilmiş olunacaktır. Erken ödemeye özendirici olumlu etkisi ortalama tahsil süresini kısaltırken, geç ödemeye sevk edici olumsuz etkisi de ortalama tahsil süresini uzatacaktır. Hangi etkinin ağır basarak ortalama tahsil süresinin kısalma veya uzaması müşterilerin tercih ve ödeme alışkanlıkları tarafından belirlenecektir.

Nakit iskonto politikasının nakit akışlarını hızlandıracak olumlu etkiler yaratması da göz ardı edilmemdir.

### **2.1.6.3.3. Tahsilat Politikası ile İlgili Analizler**

Tahsilat politikası, kredili satışlar sonucu doğan alacakların tahsilini etkin olarak gerçekleştirmek amacıyla oluşturulan bir politikadır.

Tahsilat politikası uygulamak, tahsilattaki gecikmeleri önlemek ve şüpheli alacakları minimize etmek bakımından zorunlu görülmektedir.<sup>188</sup>

<sup>188</sup> Muammer ERDOĞAN, "İşletme Finansmanı", Dicle Üniversitesi Diyarbakır Meslek Yüksekokulu Yayın No:2, Dicle Üniversitesi Matbaası, Diyarbakır, 1990, s.112.

Vadesi gelen alacakların tahsilatındaki alelâde bir gecikme, müşterilere verilen faturalarda ve yayınlanan mali tablolardaki gecikmelere neden olmaktadır. İşletmelerin kredili satış politikalarının bir parçası olan planlı tahsilat politikasının uygulanması ile, alacakları plansız olarak izlemek arasında farklar vardır. Planlı tahsilat politikasının uygulanmasıyla işletmeler, alacağın vadesi gelmeden önce müşterilerine uyarı yapabilir. Tahsilatın artmasıyla elde edilen nakde ihtiyaç duyulmuyor ise bankaya yatırılarak değerlendirilebilir. Buradan elde edilecek faiz geliri, bazen satışların karlılığından yüksek olabilmektedir.<sup>189</sup> Bu nedenle müşteri tahsis edilen kredi dönemi içinde hesabını ödemediği zaman mektuplar dizisi, kişisel arama vb. gibi otomatik olarak işleyen genel bir prosedür olmalıdır. Buna rağmen tahsilat hala tamamlanamaz ise para toplama acentelerine verilebilir. Kredi verenlerin bu konudaki en önemli silahı bu tür borçlulara yeni borç vermemektir.

Vadesi gelmiş borçların daha erken ödenmesini sağlamak için çok defa benimsenen bir metot, nakit iskontosu teklifidir. Doğal olarak bu iskontonun maliyeti ilk olarak malın satış fiyatı belirlenirken dikkate alınmalıdır.

İşletmenin tüm pazarlama stratejileri, uygulanan kredi vadesi gibi bazı kararları da göz önüne almalıdır. Uzun vadeli kredinin kabulü anahtar bir satış noktası gibi kullanılabilir. Yalnızca çok kısa bir kredi vadesi sunarak (1 hafta gibi), firma gerçekte kalite veya fiyatta bir rekabet üstünlüğü sağlamak için sermaye kullanımını artırmanın üstünlüklerini kullanabilir ve ortalama kredi imkan ve vasıtalarından daha elverişlisini sunarak pazar payını genişletebilir. Bir kredi politikasının maliyeti çoğunlukla tüm maliyetler ile ilgilidir. Tanınan özel referanslar genel finansman şartlarında kredi maliyetinin üzerinde ise kredi yönetimi için ekstra maliyetler olarak ortaya çıkacaktır. Bu maliyetler yalnızca bir kredi kontrol departmanı oluşturma ve insan gücü maliyeti değildir, firmanın dahili ve harici tüm bilgi sistemi ve haberleşme maliyetleri de dahildir. Alacakların ortalama maliyeti şöyle ölçülebilir:

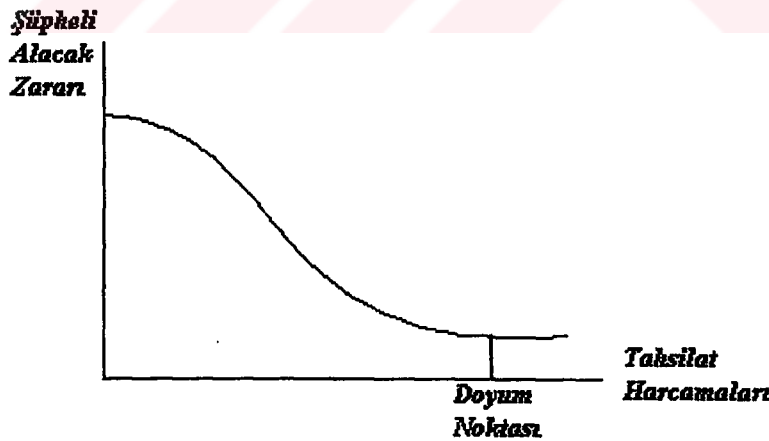
$$\text{Alacakların Ortalama Maliyeti} = \text{Ortalama Alacak Seviyesi} \times \text{Değişken Maliyet Oranı} \times \text{Kaynak Maliyeti}$$

<sup>189</sup> Martin POSNER, "Successful Credit Control", Mc-Millan Publishing, London, 1990, s.144.

Bir firmanın kendi kredi kontrol departmanı kurma ve işleyişine alternatif olarak ya da alacakların finansmanından (alacakları finanse etmekten) sakınıldığında, bu görevi üstlenecek başka faktörler kullanılacaktır. Bu şekilde başka faktörler kullanılması özellikle küçük işletmelere faydalı olabilir, fakat kullanılan faktörün beklenen gelirden bir maliyeti vardır.

Tahsilat politikası, kredi politikasının önemli kısımlarından birisidir. Kredili satışlardan doğan alacakların tahsili için zaman zaman çeşitli harcamalar gerekebilir. Diğer şartlar sabitken yapılan tahsilat harcamaları, hem ortalama tahsilat süresini kısaltır hem de şüpheli alacak oranını azaltır.

Tahsilat politikasını uygulama ve geliştirme sonucu elde edilecek yararların yapılan harcamalardan daha fazla olması gerekir. Özellikle vadeden önce tahsilatın hızlandırılmasına çalışılması ve müşterileri ödemeye zorlayıcı girişimlerde bulunulması, caydırıcı etki yaparak satışlar üzerinde olumsuz sonuçlara neden olabilir. Vadesi geçmiş alacakların tahsilatının hızlandırılması amacıyla çeşitli harcamaların yapılması gerekir. Şekil: 5' de tahsilat harcamaları ile şüpheli alacak zararları arasındaki ilişki grafik üzerinde gösterilmiştir.<sup>190</sup>



Şekil 5: Şüpheli Alacak Zararları ve Tahsilat Harcamaları Arasındaki İlişki

Tahsilat harcamaları arttıkça tahsilat hızlanıp şüpheli alacak zararları azalır. İlk tahsilat harcamalarının şüpheli alacak zararlarını azaltıcı ve tahsilatı hızlandırıcı

<sup>190</sup> AKGÜÇ, s.255.



etkisi daha fazladır. Doyum noktasından sonra tahsilat harcamalarının şüpheli alacak zararlarını azaltıcı hiç bir etki yapmadığı veya çok az etkili olduğu görülür. Tahsilat harcamaları artırılarak ortalama tahsil süresinin kısaltılması belirli bir noktaya kadar mümkünken, bu noktadan sonra tahsilat harcamalarındaki artışın, tahsil süresi üzerindeki etkisi zayıflayarak büyük ölçüde kaybolmaktadır. Bu nedenlerle uygun tahsilat harcaması miktarı belirlenirken, bütün yatırımlarda olduğu gibi burada da yapılan tahsilat harcamaları ile harcamaların sağlayacağı şüpheli alacak zararlarındaki azalış ve ortalama tahsil süresinin kısaltılmasıyla ortalama alacak yatırımının azalması gibi faydalar karşılaştırılmalıdır. Ayrıca tahsilat politikası, kredili satış hacmi üzerinde de etkilidir. Katı tahsilat politikası, mevcut veya gelecekteki satışları negatif etkileyerek bazı müşterilerin kaybedilmesine de neden olabileceğinden, tahsilat politikası belirlenirken bu nokta da göz önünde tutulmalıdır.

Şunu ifade edebiliriz ki; bir firmanın kredi vadesi, nakit iskontosu ve tahsilat politikası ile ilgili yaptığı analizlerde şu üç amaç gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır:

- i. Satışları maksimize etmek,
- ii. Şüpheli alacak zararlarını minimize etmek,
- iii. Alacak yatırım maliyetini minimize etmek.

Bu nedenle analizlerin yapılabilmesi, işletmenin satışlarına, tahsil edilemeyen alacaklarına ve alacak yatırımının maliyetine ilişkin verilerini doğru belirlemesine ve gerçekçi tahminler yapabilmesine bağlı olacaktır.

Kredili satışlarda vade farkı uygulamak tahsilata olumlu veya olumsuz etkiler yapabilir. Vade farkı uygulamanın olumlu etkileri, peşin satış fiyatının üzerinde vade farkı belirleyerek malın satılmasıyla tahsil tutarı ve karlılığın artmasıdır. Böylece işletme yöneticileri daha etkin tahsilat politikaları izlemeye çalışacaktır.<sup>191</sup> Vade farkı uygulamasının olumsuz etkileri ise, işletmelerin vade farkı uygulamasının müşterileri memnun etmemesi ve vadesinde ödeme yapmak istememeleri olabilir.<sup>192</sup>

<sup>191</sup> David LOESER, "Improving Accounts Receivable Management", *Journal of Accountancy*, November 1988, s.117.

<sup>192</sup> Wallace B. COLLINS, "Charging Interest on Accounts Receivable", *Journal of accountancy*, June 1987, s.74.

Kredili satış yapan işletmeler tahsilat politikasını belirlerken, katı bir tahsilat politikasının müşteri kaybı ile satışların azalmasına neden olup olmayacağına ve katı bir tahsilat politikasıyla ortaya çıkacak giderlerin ulaşılacak sonuca değip değmeyeceğine dikkat etmelidir.<sup>193</sup>

Etkin tahsilat politikası ile müşteriler hesap kapanıncaya kadar sistemli olarak izlenmelidir. Tahsilat süresini uzatmamak için, fatura veya mektupların postada gecikme süresi göz önüne alınarak hemen gönderilmeli, alacaklar için müşteriyi kırmadan bir hatırlatma yapılmalıdır. Vadesinde ödenmeyen alacaklar için matbu bir form gönderilerek uygun bir dille bir hatırlatma daha yapılabilir.

Müşteriden cevap alınamaz ise, ödemenin niçin yapılmadığı tatlı sert şekilde telefonla sorulabilir. Bu uyarıdan sonra, alacak hala tahsil edilememiş ise, müşterinin ödemeye niyeti olmadığı düşünülebilir. Ayrıca özel bir mektupla son olarak bir uyarıda bulunulabilir. Bundan sonra yapılacak işlem kanuni yollara başvurmaktır.

Alacak yönetiminde etkinlik artırılmaya çalışılırken dolaylı olarak alacakların kara katkısı artırılmaya çalışılmaktadır.

Alacak yönetiminde son yıllarda önemli gelişmeler sağlanmıştır. Kredi kartları ve çekler gibi nakit yerine geçen araçların kullanılması yoğunlaşmış, böylece nakit bulundurma asgari düzeye indirilerek nakit maliyetleri düşürülmüştür.

Kredi kartları, doğrudan para ödemedi satın alma imkanı vermektedir. Kartın kullanılması belli tutarda rezerv bulundurmaya bağlı olduğunda kart sahibi, kredi kullanma yerine sahip olduğu fonlarına daha pratik kullanma yolu sağlamaktadır.

Satışlar kredi kartları ile yapıldığında firmalar müşterilerine önceden kredi kartları vermekte ve kartlarının karşılığında alışveriş imkanı sunmaktadır. Bu işlem müşterilerin kredilendirilmesi olup belirtilen alacak maliyetlerine ilaveten, sistem kurmanın ve yönetmenin maliyeti gelecektir.

Kredi kartı uygulamasının karlarda yaratacağı artış ile alacak yönetiminin maliyetinde yaratacağı artışlar karşılaştırılmalıdır. Bu uygulama, satışların artmasını

---

<sup>193</sup> TURKO, s.243.

sağlamakla birlikte karı her zaman artırmayabilir. En azından kredi kartı sisteminin kurulup işletilmesinin maliyeti vardır.

#### **2.1.6.3.4. Enflasyonun Kredili Satışın Vadesi, Nakit İskontosu ve Tahsilat Politikası ile İlgili Analizlere Etkileri**

İşletmeler kredili satış politikalarını belirlerken enflasyon riskini mutlaka hesaba katmak zorundadır.<sup>194</sup> Özellikle yüksek enflasyon yaşanan dönemlerde, enflasyon dikkate alınmadan belirlenecek kredili satış ve tahsilat politikaları işletmeleri çok zor durumda bırakabilir.

Kredili satışlarda vade belirlenirken satış fiyatının her bir vadeye göre peşin değerleri hesaplanmalıdır. Çünkü ileri bir dönemde tahsil edilecek alacağın satın alma gücü, bugünkü satın alma gücünün oldukça gerisinde olacaktır. Bu noktaya dikkat edilmezse yapılan uzun vadeli kredili satıştan satış fiyatına göre satış anında kar elde edileceği düşünülürken zarar söz konusu olabilir.

Kredili satılan malın bugünkü değeri ile vadeler sonunda elde edilecek tutarlarının bugünkü değere indirgenmiş değerleri toplamı karşılaştırılmalıdır. Karşılaştırma sonucu, kredili satışların bugünkü değerleri toplamı peşin satış değerinden fazla ise kredili satış yapılmalı yoksa yapılmamalıdır.

Kredili satışlarda vade farkı, enflasyon oranları ve sermaye maliyeti dikkate alınarak belirlenmelidir. Enflasyonist ortamda yabancı kaynak maliyetinin ve öz kaynak açısından da hissedarların temettü beklentilerinin yüksek olacağı bir gerçektir.

Enflasyonun işletmeler üzerindeki satış azaltıcı etkisini gidermek için kullanılacak yollardan birisi de nakit iskonto uygulamasıdır. Çünkü nakit iskonto uygulaması talebin artmasıyla satışları artırmada, tahsilatın hızlanmasında ve tahsilattaki aksaklıkları gidermede önemli bir etkidir. Bu arada nakit iskontosunun satış hasılatını azaltıcı etkisi de göz ardı edilmemelidir. Nakit iskontosundan beklenen bu faydaların gerçekleşmesi için uygulanacak iskonto oranının, enflasyon

<sup>194</sup> Moshe BEN-HORIM, Haim LEVY, "Management of Accounts Receivable Under Inflation", *Financial Management*, Vol:12, No:1, Spring 1983, s.44.

oranı ve kaynak maliyeti ile ilişkisine dikkat edilmelidir. Aksi takdirde beklenen faydalar gerçekleşmeyeceği gibi daha fazla kayıplar da ortaya çıkabilir.

Her analizde olduğu gibi nakit iskonto oranının belirlenmesinde ve bu politika değişikliğiyle ilgili beklentilerde de enflasyonist ortamlar dikkate alınmalıdır. Aylık cari faiz oranlarının % 5-10 arasında olduğu ülkemizde belirlenecek nakit iskonto oranlarının reel gücü iyi tahmin edilmelidir. Belirlenen nakit iskonto oranı negatif olarak kalırsa ve müşterilere net bir katkı sağlayamaz ise bu politikaların beklenen sonuçlarına ulaşamayacaktır. Dolayısıyla önemli olan reel nakit iskonto oranıdır.

Nakit iskonto oranları genellikle faiz oranları ile karşılaştırılarak faiz oranlarına yakın belirlenmekte, nakit iskonto uygulamasının gerçek değerine dikkat edilmemektedir. Teklif edilen bir nakit iskonto oranının gerçek değerinin hesaplanmasını örnek üzerinde ele alalım.<sup>195</sup>

#### ÖRNEK :

Bir işletme müşterisine 3 ay vadeli 400.000.000 TL değerinde kredili mal satmıştır. Satıcı, müşterisine “3/30, net 90” (90 gün vadeli satışta ilk 30 gün içinde ödeme yapılırsa % 3 nakit iskontosu yapılacaktır, yani vade bitiminden 2 ay önce ödeme yapılırsa % 3 iskonto uygulanacaktır.) nakit iskontosu ve iskontodan yararlanma süresi teklifini getirmiştir.

Teklif edilen nakit iskontosu oranının yıllık faiz oranı ile müşteriye getireceği avantajı bulalım.

2 ay önce ödeme yapılması halinde teklif edilen nakit iskonto oranının yıllık olarak ifadesi şöyle olacaktır:

$$\text{Yıllık Nakit İskonto Oranı} = \frac{360 \text{ gün}}{60 \text{ gün}} \times 3 = 18 = \% 18$$

Satıcı işletmenin 2 aylık erken ödeme için teklif ettiği % 3'lük nakit iskontosu yıllık % 18 olmaktadır.

<sup>195</sup> ERKAN, s.61-62.

Nakit iskontosunun kabulü halinde iskonto tutarı da şöyle olacaktır:

$$\text{İskonto Tutarı} = \frac{400.000.000 \times 60 \text{ gün} \times 18}{36.000} = 12.000.000 \text{ TL}$$

Peşin ödenecek miktar ise 388.000.000 TL (400.000.000–12.000.000) olur.

Müşteri, 388.000.000 TL' lik bir yatırımdan 2 ayda 12.000.000 TL kazanmıyor ise teklifi kabul etmelidir.

Teklif edilen nakit iskonto oranının anlattığımız şekilde bulunan yıllık (aylık ta bulunabilir) ifadesi, yıllık (veya aylık) enflasyon oranı ile sürekli izlenmelidir. Enflasyon oranının altında veya üzerinde nakit iskonto oranı uygulamak satıştan elde edilecek karlılığı etkileyecektir.

Uygulanan nakit iskonto oranı ile faiz oranları karşılaştırıldığında 1980' lerden itibaren faiz oranlarının hızla arttığı halde nakit iskonto oranlarının buna ayak uyduramadığı ve çok az arttığı görülmektedir. Böylece nakit iskontosu uygulaması cazip görülmeyerek müşterilerce tercih edilmemiştir.<sup>196</sup>

Tahsilat politikası ile ilgili analizler de enflasyonun etkisiyle etkinliğini kaybeder veya beklenen görevini yerine getiremez.

Enflasyonist dönemlerde tahsilatla ilgili ek raporlar düzenlenerek alacakların yaşlandırılması çizelgesiyle birlikte değerlendirilmelidir. Ek raporda vadesi geçmiş ve tahsil edilememiş alacaklarla ilgili faiz ödemeleri ve bunların satın alma gücü kayıpları gösterilmelidir. Satın alma gücü kayıplarının bulunmasında enflasyon oranları veya kredi faiz oranları kullanılabilir.<sup>197</sup>

Tahsili geciken alacakların satış yapıldığı andaki değeri bulunurken, kaynak maliyetinden daha yüksek bir iskonto oranı kullanılmakta ve alacakların riski hesaplanmaktadır.<sup>198</sup>

<sup>196</sup> ERKAN, s.62.

<sup>197</sup> ERKAN, s.116.

<sup>198</sup> TURKO, s.254.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **ALACAK YÖNETİMİ POLİTİKALARININ UYGULANMASI**

#### **VE UYGULAMA SONUÇLARININ İZLENMESİ**

### **3.1. KREDİ TEKLİFİNİN GELMESİ VE KREDİLİ SATIŞA KARAR VERME SÜRECİ**

Firmalar tüm analiz ve tecrübeleri sonucu kredili satış politikalarını belirledikten sonra gelecek kredi tekliflerine göre politikalarını uygulamaya geçireceklerdir. Gelen kredi teklifinden kredili satış teklifinin kabulüne, kredili satışın gerçekleştirilmesine ve alacakların tahsiline kadar devam edecek sürecin titizlikle izlenmesi ve kontrolü, belirlenen kredili satış ve tahsilat politikalarının başarılı olarak uygulanmasında çok önemli rol alacaktır. Hatta izleme ve kontroller sonucu politikalarda olabilecek aksaklık ve zayıflıklar belirlenip giderilerek daha sonra gelecek kredi tekliflerinde o zayıflık ve aksaklıklara düşülmemesine yardımcı olacaktır. Şimdi politikaların uygulama aşamalarını teker teker izah edelim.

#### **3.1.1. Kredi Teklifinin Gelmesi**

Kredili satışı doğuran olay, müşterilerden kredili mal alış teklifinin gelmesidir. Bir teklif geldiğinde bu talep incelenmek üzere işletmenin kredi departmanına gönderilmelidir. Kredi departmanından gelecek görüş ve izlenimler doğrultusunda kredi talebi kabul veya reddedilebilir. Kredi teklifi sırasında müşteriye, talebi yazılı hale dönüştürecek, niteliklerini yansıtacak kredi talepname formları hazırlayarak doldurtulması kredi departmanına oldukça yararlar sağlayacaktır.

Gelen kredi teklifi kredi bölümüne gönderildikten sonra kredi bölümü yöneticisi, müşteri hakkında bilgiler toplar, bazı inceleme ve analizler yapar. Böylece müşterinin kredi değerliliğini ve risk kategorisini belirleyerek, müşterinin kabul edilebilir risk kategorilerine girip girmediğine karar verir.

### 3.1.2. Müşterinin Kredi Riskinin Belirlenmesinde Temel Faktörler

Bir müşterinin kredi değerliliğini belirleyebilmek için pek çok faktörün değerlendirilmesi gerekir. Müşteriye kredili satışın yapılıp yapılmamasına veya yapılacak ise hangi tutarda yapılacağına karar vermek kredi analizi yapacak olan kredi departmanınca "Kredi Yönetimi" nin 5 K' sı" olarak ifade edilen faktörler ile ilgili göstergelerin analiz edilmesini gerektirmektedir. Kredinin 5 K' sındaki unsurlardan hiç birisinin gözden kaçırılmaması veya birisinin diğerine tercih edilmemesi kredi analizine yaklaşmanın en iyi yolu olacaktır.

5 K şeklinde ifade edilen bu faktörleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

#### 3.1.2.1. Karakter

Karakter, kredi talep eden müşterinin borcunu kredinin vadesi geldiğinde geri ödeme istekliliği ve kararlılığını ifade eden müşterinin göstereceği davranıştır. Bu faktör kredi riskinin başta gelen fakat aynı zamanda en zor ölçülen faktörlerindedir.

Özellikle ilk defa kredili satış yapılacak müşterilerde karakterin ölçülmesi daha zordur. Müşterinin karakteri hakkında değişik bilgi kaynaklarından bilgi edinilerek karakteri ölçülmeye çalışılır.<sup>199</sup>

Müşteri karakteri kötü iş koşulları, nakit sıkıntısı ve yetersiz kredi gibi durumlarda daha iyi ortaya çıkar. Yapılan araştırmalar sonucu karakterinin iyi olmadığı görülür ise analizi ilerletmeye gerek kalmaz.<sup>200</sup> Kredinin geri ödenmesi için diğer bütün faktörlere sahip olursa da müşteride ödeme alışkanlığı ve borcuna sadakat yok ise kredinin riski artmış olur.

#### 3.1.2.2. Kapasite

Kredi borcu firmanın faaliyetleri sonucu yarattığı nakit ile geri ödenir. Firmanın yükümlülüklerini karşılayacak düzeyde nakit yaratabilme yeteneğine kapasite denilir.

<sup>199</sup> AKSOY, s.251.

<sup>200</sup> Belkis SEVAL, "Kredilendirme Süreci ve Kredi Yönetimi", İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Muhasebe Enstitüsü Yayın No: 59, Avcıol Matbaası, İstanbul, 1990, s.144.

Finansal tablolar, firmanın kapasitesi hakkında bilgi sağlar. Ayrıca kredi değerliliğini ölçmede, müşteri firmanın yöneticileri hakkındaki yaş, tecrübe, tahsil ve uzmanlık derecesi gibi bilgilerden de faydalanılır.<sup>201</sup>

Bir müşterinin 'Karakteri' olumlu olduğu yani borcunu vadesinde ödemeye niyetli ve istekli olduğu halde ödeme yapmak için nakit gücü veya nakit yaratma kabiliyeti zayıf ise bu durum kapasitesinin yeterli olmadığını gösterir ve bu da kredi için oldukça büyük bir risk oluşturur.

Kapasite' nin tahmini değişik bazı faktörleri kapsar. Burada önemli olan firmanın harcama ve ödemeler için gerekli kazanma gücünün ne olduğudur. Kapasite' nin en önemli işareti olan gelir, kredili satış yapan bazı işletmeler tarafından öylesine önemsenir ki diğer faktörler ihmal dahi edilebilir.

Her zaman için satışlar işletmenin kredi kapasitesinin derecesini belirleyen önemli bir etkidir. Reklam, kuruluş yeri, yerleşim planı, duran varlıkları, stok miktarı ve devir hızı, sunulan hizmetler, rekabet, ticari ilişkiler, sahip olunan marka vb. borçlu bir firmada kapasite faktörünü oluşturur. Kapasite, satışlarla olduğu kadar faaliyetlerin maliyeti ile de ölçülebilir. Maaşlar, kira ve diğer gider kalemleri genellikle firmayı işler halde tutabilmek için ilk önce ödenen kalemlerdir. Bunlar bir firmanın kapasite' sinin belirlenmesinde göz önüne alınması gereken hususlardır.

Firmanın mevcut sermaye ve borç yapısı da kapasiteyi etkiler.<sup>202</sup>

### 3.1.2.3. Kapital

Kredinin 5 K' sından üçüncüsü olan kapital (sermaye), bir firmanın verimli ve etkin çalışarak nakit akışı yaratabilmesi ve rekabet ortamında performansını koruyarak faaliyetlerini sürdürebilmesi için gerekli fonlardır.<sup>203</sup>

Diğer şartlar sabitken öz sermayesi yeterli müşteri firmalara kredili satış yapmak, satıcı firmanın tahsil edememe riskini hafifletici bir önlemdir.<sup>204</sup>

<sup>201</sup> SEVAL, s.144.

<sup>202</sup> NALÇACI, s.39.

<sup>203</sup> SEVAL, s.145.

<sup>204</sup> Öztin AKGÜÇ, "Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi", Avcıol Basım-Yay, İstanbul, 1991, s.16.



Kredi talebini kapital açısından incelerken iki unsur önem kazanır. Bunlar, öz sermayenin yeterliliği ve etkin olarak kullanılabilmesidir. Mali tablolar sayesinde bu iki nokta hakkında önemli bilgiler sağlanabilir.

Kapital, bir anlamda riskin finansal teminatıdır. Borçlu, karakter ve kapasite açısından olumsuz ise, onun sermayesi kredi açan işletme açısından bir teminat unsuru olacaktır. Müşterinin iflası durumlarında kapital, kredili satış yapan firma tarafından alacağın tahsili için kullanılabilir. Bu gibi durumlarda bir daha kredili satış yapılmayacaktır. Çünkü kredili satış, firma satışlarının bu yolla artacağı ve ileride de satışların devam edeceği kabulü ile yapılır. Borcunu ödemeyen müşterinin kapitaline başvurulması, borçlu firma için ticari ilişkilerin son bulması anlamına gelir.<sup>205</sup>

#### 3.1.2.4. Koşullar

Koşullar firma finansal yapısının ekonomik ve çevresel şartlar tarafından etkilenme derecesidir. Koşullar, borçlunun karakter, kapasite ve kapitalini etkilemekle beraber genellikle firmanın kontrolü dışında bulunan ekonomik ve çevresel faaliyetlerdir. Bu faktörlerin başlıcaları şunlardır:<sup>206</sup>

- i - Ekonomik hayattaki dalgalanmalar,
- ii - Firmanın faaliyette bulunduğu endüstri kolunun özellikleri,
- iii - Hükümetlerce izlenen ekonomi politikası.

İşkollarının ekonomik şartlardan etkilenme dereceleri farklıdır. Müşterinin faaliyet gösterdiği endüstrinin ekonomik konjonktürden etkilenme derecesi fazla ise riskliliği de yüksektir. Öte yandan beklenmeyen, ani olayların ortaya çıkma ihtimallerinin fazla olması da riskliliğinin yüksek olması demektir.

Konjonktürel dalgalanmaların yaratacağı riski belirlemek oldukça zor ama imkansız değildir. Ekonomik göstergeler incelenerek, değişmelerin firma faaliyetleri üzerindeki etkilerinin ihtimal dağılımlarıyla risklilik ölçülebilir.

<sup>205</sup> NALÇACI, s.39.

<sup>206</sup> AKGÜÇ, s.16.

Koşullar kredi riskini etkileyen faktörler arasındadır. Çeşitli şekillerde ödeme kolaylığı olan kredilerin, müşteri riski üzerindeki etkileri daha azdır.<sup>207</sup>

Politik değişiklikler, kanunlar veya yönetimdeki değişiklikler de kredi riskini etkileyerek müşterinin risk derecesini artırabilir veya azaltabilir.

### 3.1.2.5. Karşılık

Karşılık ya da diğer ismi ile teminat, müşteri firmanın zayıflıklarını karşılamak için ipotek, rehin veya kefalet alınmasıdır. Teminatın her koşulda değerini koruyan varlık veya güvenilirliği yüksek bir kişi veya kuruluşun kefaleti olması önemlidir.

Teminat bir ödeme aracı olmadığı için teminatın sağlamlığına göre kredili satışa karar vermek yanıltıcı olabilir. Teminat, müşterinin krediyi geri ödeyememesi halinde kredili satış yapan firmayı sadece güvence altına alan bir unsurdur.<sup>208</sup>

Diğer K' ları yetersiz ve kredi riski yüksek olmasına rağmen müşteriler riskliliği azaltıcı "karşılık" lar sunabilir. Kredi değerliliği yüksek bir başka kuruluşun vereceği teminat kredi değerliliğini artırıcı rol oynar. Örneğin bir bankanın teminat mektubunu karşılık gösteren firmanın kredi değerliliği diğer faktörlerden bağımsız olarak artıp, riski azalır. Bu durum satış kararı verilirken göz önünde tutulmalıdır.

### 3.1.3. Müşteri Hakkında Bilgi Toplanması

Kredi riskini azaltmaya yönelik etkinlikler dört aşamada gerçekleşir:

- i. Müşteri hakkında bilgi toplama ve değerlendirme,
- ii. Kredili satış kararı,
- iii. İzleme yani borçlunun mali durumunu sürekli gözden geçirme,
- iv. Denetim yani kredi riskini azaltıcı tedbirlerin acilen alınması.

Kredili satış talebinin incelenmesi, bilgi toplama ve değerlendirme ile başlar. Müşterinin mali gücü, öz sermayesi, gelir yaratma kapasitesi hakkında bilgi toplama

<sup>207</sup> AKSOY, s.252.

<sup>208</sup> SEVAL, s.145.

ve değerlendirmede çeşitli kaynaklardan yararlanılır. Bunların başlıcaları müşteri ile karşılıklı görüşme, firmanın finansal tabloları, diğer firmaların ve bankaların müşteri firma ile ilgili bilgi ve kayıtları, risk santralizasyonundan alınan bilgiler, resmi kayıt ve yayınlar, piyasa ve mesleki kuruluşlardan sağlanacak bilgilerdir.<sup>209</sup>

Bu kaynaklardan elde edilen bilgilere göre müşterinin Karakter, Kapasite, Kapital ve Karşılık durumu araştırılacaktır. Genel ekonomik koşullar da göz önüne alınarak müşteri genel durumunun firmanın kabul edebileceği sınırlar içerisinde olup olmadığı belirlenecektir. Bu arada kredili satış için bazı analizler yapılacak, kredi şartları belirlenecek ve sonuçta kredili satış talebi kabul veya reddedilecektir.

#### **3.1.4. Kredili Satış Analizleri**

Firma diğer politika ve amaçlarla çelişmeyecek şekilde ve alacak maliyet unsurlarını da dikkate alarak kredi politikasını belirledikten sonra, bu politikaları kabul eden müşteriler kredili mal alışı için talepte bulunurlar.

Müşterilerin talebi, kredinin 5 K' sı denen kredi riski faktörleri dikkate alınarak ve kredi değerliliği analiz edilerek kabul veya reddedilir, kredi standartları ve kredinin sınırı belirlenir. Kredili satış kararı bu analizlerden sonra verilecektir.<sup>210</sup>

##### **3.1.4.1. Geleneksel Kredi Analizi**

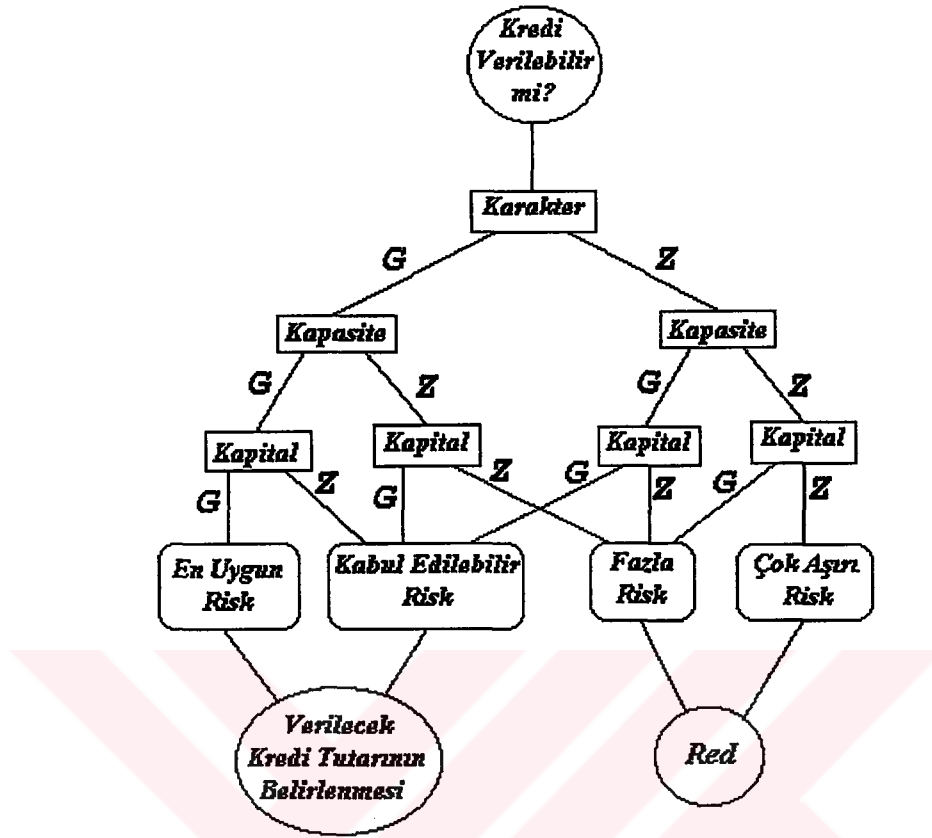
Geleneksel analizde müşterinin kredi risk göstergeleri Şekil: 6'da gösterildiği gibi birbirleri ile ilişkilendirilerek değerlendirilir.<sup>211</sup>

---

<sup>209</sup> AKGÜÇ, s.21.

<sup>210</sup> AKSOY, s.253.

<sup>211</sup> AKSOY, s.254.



G: Güçlü, Z: Zayıf

Şekil 6: Geleneksel Kredi Analizi

Geleneksel kredi analizinde kredili satışa karar verme sürecine, birbirine bağlantılı olarak müşterinin Karakter, Kapasite ve Kapital durumları analiz edilerek başlanır. Üç kriter için de olumlu sonuca ulaşılmış ise yani üçü de güçlü ise, bu müşteri en uygun risk grubunda demektir. Diğer bir deyişle en az risk taşımaktadır. Dolayısıyla bu talep kabul edilerek müşteriye tanınacak kredili satış limitinin belirlenmesine geçilebilir. Bu durumun aksi olarak üç kriter de zayıf çıkmış ise bu müşteri çok aşırı risk taşımaktadır ve talep reddedilmelidir. Bu iki uç noktadan başka değişik bileşenlerin olacağı durumlar için daha hassas davranmak gerekir. Genel olarak bu üç kriterden iki tanesi güçlü bir tanesi zayıf ise bu müşteri, kabul edilebilir risk sınıfına giriyor demektir ve bu durum da dikkate alınarak müşteriye tanınacak kredi limiti belirlenmelidir. Yine bu üç faktörden bir tanesi güçlü ve iki tanesi zayıf olarak belirlenir ise bu müşteri fazla riskli olarak kabul edilir ve talebi reddedilebilir. Fakat reddetmeden önce müşterinin göstereceği karşılık ta dikkate alınmalıdır. Çok

güçlü karşılık gösteren müşterilere kredili satış yapılabilir. Bu noktada kredili satış yapacak firmanın tecrübe ve birikimleri önemli rol oynayacaktır. Zaten diğer risk göstergeleri zayıf olan kredi riski yüksek müşterilerin teminat, rehin veya kefalet göstermesi oldukça güçtür. Çünkü garantiyi verecek veya kefil olacak kurum veya kişiler de müşterinin kredi değerliliğini analiz ederek karar vereceklerdir. Bütün bunlara rağmen karşılık gösteriliyor ise kredili satış yapacak firmanın yapacağı iş, gösterilen teminat, rehin veya teminatın riskliliğini analiz etmek ve ondan sonra talebi kabul veya reddetmektir.

Bu metodu şu şekilde özetleyebiliriz:

1. Kriter Karakter	2. Kriter Kapasite	3. Kriter Kapital	Risk Durumu	Sonuç
G	G	G	En uygun risk	Kabul
G	G	Z	Kabul edilebilir risk	Kabul
G	Z	G	Kabul edilebilir risk	Kabul
G	Z	Z	Fazla risk	Red
Z	G	G	Kabul edilebilir risk	Kabul
Z	G	Z	Fazla risk	Red
Z	Z	G	Fazla risk	Red
Z	Z	Z	Çok aşırı risk	Red

Yukarıda kullanılan sembollerin anlamları şöyledir:

G = Güçlü, olumlu.

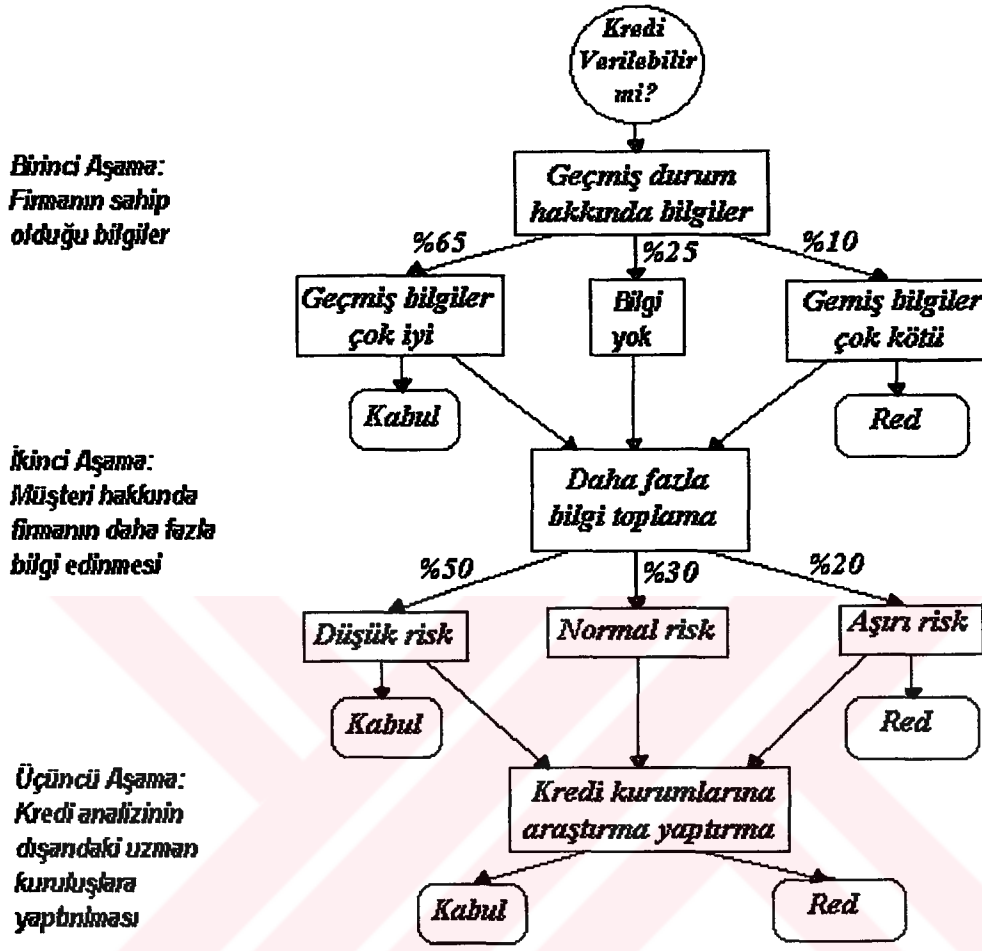
Z = Zayıf, olumsuz.

### 3.1.4.2. Aşamalı Kredi Analizi

Aşamalı kredi analizi, firmanın sahip olduğu bilgileri analiz eden 1. Aşama, daha fazla bilgi toplama ve analizini yapan 2. Aşama ve uzman kuruluşlara analiz yaptırmadan oluşan 3. Aşama' dan oluşur.

Aşamalı kredi analizi şematik olarak Şekil:7'de gösterilmektedir.<sup>212</sup>

<sup>212</sup> AKSOY, s.255.



Şekil 7: Aşamalı Kredi Analizi

Aşamalı kredi analizinde kredili satış kararı her aşamada verilebileceği gibi iki veya üç aşama sonunda da verilebilir. Her bir aşamada elde edilen bilgiler yeterli ve olumlu ise kabul kararı verilebilir, bilgiler yetersiz görülür ise bir sonraki aşamaya geçilir. Sonraki aşamada yeterli ve olumlu bilgi elde edilir ise kabul edilebilir, olumsuz görüş hakim olursa reddedilir. Unutulmamalıdır ki her aşamanın getireceği maliyetler olacaktır. Buna göre her aşamanın maliyetleri dikkate alınmalıdır.

Birinci aşamada analiz, müşterinin geçmiş durumunu inceleyerek başlar. Müşteri hakkındaki bu bilgiler ihtimaller olarak ele alınmaktadır. Müşterinin geçmiş ile ilgili bilgileri % 10 ihtimalle çok kötü, % 25 ihtimalle geçmiş ile ilgili herhangi bir bilgi bulunmamakta ve % 65 ihtimalle de çok iyi olduğu belirlenmiştir.

Geçmiş bilgiler iyi ise kredi talebi kabul edilebilir, gerekli görülürse analize devam edilir. Geçmiş uygulamalara ait bilgiler kötü ise talebi hemen reddetmeden müşterinin durumunda iyileşmeler olabileceğini düşünerek daha fazla incelemeye geçilebilir. Geçmişe ait bilgiler bulunamamış ise ikinci aşamaya geçmek ve daha fazla inceleme yapmak kaçınılmazdır. Bu aşamanın maliyeti müşteri dosyasının hazırlanması, saklanması ve müşteriye değişimlerin izlenerek kaydedilmesidir.

İkinci aşamada müşteri hakkında daha fazla bilgi edinilmeye çalışılır ve bu bilgiler değerlendirilir. Bu bilgileri, ya direkt olarak müracaat sırasında müşteriye doldurtulan ve çeşitli bilgileri içeren formlarla ya da çeşitli dolaylı bilgi kaynaklarından yine firmanın kendisi toplamaktadır. Bu bilgilerin analizi sonucunda riski çok yüksek bulunur ise talep ya hemen reddedilebilir ya da daha fazla araştırma yapılabilir. Risklilik düşük bulunur ise talep yine ya hemen kabul edilebilir ya da daha fazla analiz yapılabilir. Bu aşamanın maliyeti de dışarıdan sağlanacak bilgiler için katlanılan maliyet ve bu bilgilerin kayıt ve saklanmasıdır.

Üçüncü aşamada kredi riskinin belirlenmesi uzman kuruluşlara yaptırılır. Önceki aşamalarda oluşan tereddütlerin bu aşamada ortadan kalkıp kalkmamasına göre kesin karar verilir. Ancak uzman kurumlara yaptırılan analizde, analizin toplam maliyeti diğer aşamalardaki analiz maliyetinden daha yüksek olacaktır.

#### **3.1.4.3. Puanlama Yoluyla Kredi Analizi**

Puanlamayla kredi analizi müşterilerin niteliğine göre farklı olur. Banka ile ticari firmanın analizi farklıdır. Çünkü ikisinin müşterileri farklıdır. Ayrıca satılan mamullerin niteliği de analizi etkiler. Dayanaksız tüketim malı satın alan müşterinin analizi ile dayanıklı mal alan müşterinin analizi farklıdır. Nihai tüketici müşterilerle mamulleri girdi olarak kullanan müşterilerin analizleri de farklıdır. Nihai tüketici müşteriler genellikle gerçek kişilerdir ve ferdi analiz gerekirken, girdi olarak kullanan müşteriler genellikle firmalardır ve analizleri de kapsamlıdır. Puanlamayla kredi analizi daha çok nihai tüketici müşteriler için kullanılır ve çoklu değişken analiziyle müşterinin kredi değerliliği belirlenir. Müşteri durumunu ifade eden faktörler, çoklu değişken sisteminde birer değişken kabul edilir. Her değişkenin

değeri ve genel durum içinde etkisine göre ağırlığı belirlenir. Değişkenlerin ağırlıkları toplanarak toplam kredi puanı bulunur.

Aşağıda bazı değişkenlere göre kredi puanlama tablosu (tablo:7) verilmiştir.<sup>213</sup>

**Tablo 7: MÜŞTERİ KREDİ PUAN TABLOSU**

Değişkenler	Ölçüsü	(1) Değeri	(2) Ağırlığı	(3=1x2) Tartı Ağırlığı
Müşterinin Yaşı	---	45	0,5	22,5
Medeni Hali	Evli (1) ya da bekar (0)	1	17,0	17,0
Mesleği	Çeşitli meslekler için farklı grupları (1'den 5'e kadar)	4	7,0	28,0
En son işinde çalıştığı süre	Yıl olarak	18	1,5	27,0
Yıllık Geliri	Bir yıldaki kazancının toplamı (milyon TL)	264	0,8	211,2
Oturduğu semt ya da bölge	Farklı bölgelere göre, 1'den 5'e kadar değer	4	5	20
Evinin olması	Kaç yıldır ev sahibi olduğu	15	1,5	22,5
Cep telefonunun olması	Evet (1) ya da hayır (0)	1	15,0	15,0
Otomobilinin olması	Modeli ve markasına göre, 1' den 6' ya kadar	5	20,0	100,0
<b>Toplam Kredi Puanı</b>				<b>436,2</b>

Müşteri kredi puan tablosu şu şekilde düzenlenmektedir:

İşletme ilk olarak müşteri kredi analizi için müşterisi hakkında değerlendirme yapacağı konuları belirler. Bu konular müşterisinin kişisel, ailevi, ekonomik ve sosyal durumları gibi değişkenleri içermektedir. İşletme daha sonra belirlediği bu değişkenlere bir ölçü, kriter getirir. Örneğin, oturduğu mahalle veya semtin durumuna göre bir aralık belirleyebilir. Kullandığı elektronik ev aletlerine, cep telefonuna göre veya otomobilinin olup olmasına hatta otomobili varsa otomobilinin marka ve modeline göre bir aralık yani ölçü belirleyebilir. İşletmeler bu işi yaparken bilgi ve tecrübeleri, ülke bütününe genel yapısı gibi etkenleri dikkate almalıdır. Bu şekilde belirlenen ölçülere karşılık gelen değişken değerleri tablonun ilk sayısal işlem sütunu olan "değer" sütununa yazılır. Örnekte "Müşterinin telefonunun olup olmaması" bir değişken olarak belirlenmiş ve bu değişkenin ölçüsü olarak ta müşterinin telefonunun olması halinde "1" değerinin verileceği, telefonunun

<sup>213</sup>AKSOY, s.258.



olmaması halinde ise "0" değerinin verileceği şeklinde ifade edilmiştir. Tüm değişkenlerin değerleri bu şekilde belirlendikten sonra yine işletmece bütün müşteriler için geçerli ve müşteri genel yapısını yansıtacak şekilde standart ve objektif ağırlıklar belirlenir. Puanların ağırlıkları her bir değişkenin genel durum içerisindeki etkisine göre belirlenir. Son olarak ta her bir değişkenin belirlenen değeri ve ağırlığı çarpılarak o değişkenin tartı ağırlığı bulunmuş olur. Her bir değişken için hesaplanan tartı ağırlıkları da toplanarak müşterinin toplam kredi puanı bulunur.

Müşterinin belirlenen toplam kredi puanı daha önceden belirlenen kabul edilebilir puanla karşılaştırılarak talep kabul veya reddedilir.

**rnek:** GL Ltd. şti. gelecek nihai tüketiciler müşteri taleplerini değerlendirmede aşağıdaki gibi bir standart belirlemiştir:

0 - 200 puan alan müşteriler reddedilecektir.

200 - 300 puan alan müşteriler için ilave araştırma yapılacaktır.

300 - + puan alan müşteriler kabul edilecektir.

Bu standartlara göre, müşterinin durumu puan tablosuna yansıtılmış ve tablo - 6' da görüldüğü gibi müşteri toplam kredi puanı 436,2 olarak hesaplanmış olsun. Bu durumda 436.2 puanı olan müşterinin talebinin kabul edilmesi uygun olacaktır.

Puanlama analizi, hem kredili satış kararı vermede hem de kredi tutarının belirlenmesinde kullanılabilir. Müşterinin puanına göre kredinin tutarı belirlenebilir. Örneğin daha fazla bilgi istemeden kredinin kabul sınır puanı olan 300 puanı çok az açan müşteriye daha az kredili satış yapılabilir iken, sınır puanın çok çok üzerinde 400, 500 gibi puan alan müşteriye daha geniş miktarlı kredili satış yapılabilir.

Puanlama analizinde müşterilerin verdiği bilgilere göre puanlar hesaplanacağından bilgi edinmenin ve sistemi işletmenin maliyeti de azdır. Yanlış bilgi veren müşterilere karşı sistemin duyarlılığını artırıcı önlemler alınabilse de bu duruma gereken hassasiyet gösterilmelidir. Gerektiğinde bazı müşterilerin bilgilerinin doğruluğunu test etmek de faydalı olabilir.

Her işletme kendi özelliğine ve müşterilerin niteliğine göre kendi puanlama sistemini geliştirmelidir. Puanlamadaki değişkenlerin ağırlıkları da firmanın iş koluna göre farklı biçimlerde belirlenir ve değerlendirilir. Örneğin, otomobile sahip olup olunmadığı sorusunun ağırlığı (önemi) ülkeden ülkeye farklıdır. Otomobilin kıymetinin nisbî olarak daha az olduğu gelir seviyesi yüksek ülkelerde otomobil sahibi olmanın değeri ve ağırlığı, otomobilin değerinin nisbî olarak daha çok olduğu Türkiye ve diğer az gelişmiş ve kalkınmakta olan gelir seviyesi düşük ülkelere nazaran daha az olacaktır. Bu durum diğer değişkenler için de geçerli olmaktadır.

### **3.1.5. Kredili Satışın Riski ve Riskin Ölçülmesi**

#### **3.1.5.1. Kredili Satışın Riski**

Kredili satışlar sonucu doğabilecek riskin birçok kaynağı olabilir. Bunlar geç tahsilat, kısmen tahsilat ve kalanın değersiz hale gelmesi ya da hiç tahsil edememe olabilir. Firmalar kredili satış bölümündeki uzmanları tarafından kredili satış yaptıkları müşterilerini, müşterinin krediyi ödeyebilme yeteneğini değişik kaynaklardan elde edecekleri bilgilere göre değerlendirip çeşitli risk kategorilerine ayırabilirler. Örneğin 1. grup risk kategorisindeki müşterilerin şüpheli ve değersiz alacak ortalaması % 1-3 gibi..

Bu risk kategorilerinin belirlenmesinde bilgi toplama ve değerlendirme işlemleri için bir maliyetin doğması firma için kaçınılmaz olacaktır. Bu sebeplerle talep edilen kredi miktarının büyüklüğü böyle bir faaliyetin boyutlarını belirleyeceği için önemli olmaktadır. Küçük çaplı kredilerde ayrıntılı bilgilere gerek duyulmayacağı için bu tür maliyetlerden kaçınmak en doğrusu olacaktır.

Bir firmanın satış fiyatı ile değişken giderleri arasındaki olumlu marj, kredili satış yapılan müşterinin risk grubuna göre alacakların bir bölümünün değersiz hale gelmesi nedeniyle uğranılacak zarardan daha büyük olduğu ve firma tam kapasite altında çalıştığı sürece, firmanın söz konusu müşteriye kredili satış yapması, sabit giderlerin karşılanmasına katkıda bulunacağından yerinde görülebilir.<sup>214</sup>

---

<sup>214</sup> AKGÜÇ, s.252.

Hem küçük müşterilere hem de az sayıda da olsa büyük müşterilere satış yapan firmaların kredinin gerçek riskini doğru olarak hesaplayabilmesi için beklenen şüpheli veya değersiz alacak ortalamasını kullanması uygun bir ölçü olmayabilir. Büyük müşterilere kredili satış yapılırken, beklenen şüpheli ve değersiz alacak ortalamasından çok, beklenen en yüksek zarar tutarı ve bunun firma karlılığına etkileri üzerinde durulmalıdır. Çünkü büyük müşterilere yapılan kredili satışların hacmi de büyük olacağından risk az da olsa, uğranabilecek zarar tutarı, firmanın karlılığı ve kaynakları üzerinde büyük oranda olumsuz etki yapacak ve hatta tasfiyesine yol açabilecekse, büyük müşterilere satışın yapılmaması daha uygun olacaktır. Bu nedenle tüm büyük tutarlı kredili satışların riski belirlenir iken geniş kapsamlı analizler yapılmalıdır.

Dış pazarlara kredili satış yapmak iç pazarlara oranla daha risklidir. Riskin daha fazla olmasının nedenleri şunlardır:<sup>215</sup>

- i. Müşteri ile mesafe uzak olduğu için müşterinin ödeme gücünün iyi değerlendirilememesi,
- ii. Siyasi gelişmelerin müşteri ülkesi ile ilişkileri kesme ihtimali,
- iii. Ülkesindeki kambiyo kontrolleri nedeniyle müşterinin borcunu transfer etme güçlükleri,
- iv. Vade bitimine kadar döviz kurlarında olabilecek değişiklikler.

Firmalar, yurtiçi satışlara oranla yurtdışı satışlarda daha yüksek olan alacakların tahsil edilememe riskini şu önlemleri alarak azaltabilirler:<sup>216</sup>

- i. Düzenlenecek senetler için güvenilir bir bankanın garantisinin istenmesi (kabul aval kredisi),
- ii. Alacaklar için sigorta yaptırılması (ihracat sigortası),
- iii. Kredili satışların bir kısmının peşin yapılması,

<sup>215</sup> AKGÜÇ, s.252.

<sup>216</sup> AKGÜÇ, s.252.

iv. Alacağın, rücu (geri dönme) hakkı verilmeden başka kişi veya kurumlara satışı (factoring, forfaiting gibi).

Kredili satışlar artırılırken yalnız değersiz alacak ortalaması veya alacakların değersiz hale gelme olasılığı ile yetinmemeli kredili satışlar da bir alacak yatırımı olduğu için diğer yatırımlar gibi değerlendirilmelidir. Alacak yatırımının karlılığı hesaplanırken alacakları artırmanın firmaya sağlayacağı ek net katkı dikkate alınmalıdır.

Kredili satış politikası belirlenirken kredili satışların katkıları ve kayıplarını karşılaştırmanın yanı sıra şu noktalar da göz önünde tutulur:<sup>217</sup>

i. Modası geçmiş ve satılabilirliğini kısmen veya tamamen kaybeden mallara karşı talep oluşturmak ve kısa sürede satışını sağlamak,

ii. Ekonominin cansız dönemlerinde düşük riskli müşterilerin sıkıntılarının hafifletilmesine yardımcı olmak ve müşterileri kaybetmemek,

iii. Yeni ürünlerin tanıtımı için satış şartlarını daha cazipleştirmek,

iv. Satışların durgun olduğu dönemlerde stok birikimini önlemek ve satışları tüm yıla yaymak,

v. Daha uygun koşullarla satış yapan rakip firmalarla rekabette, sunulan elverişsiz şartlar nedeniyle pasif durumlara düşmemek,

vi. Rakiplerin satış politikasına karşı tepkilerini tahmin etmek.

Kredili satış politikası belirlenirken rakip firmaların politikaları muhakkak dikkate alınmalıdır. Aksi takdirde pazar payı kaybedilebilir.

### **3.1.5.2. Kredili Satışın Riskinin Ölçülmesi**

Basit olarak "Kredi Riski = Karakter + Kapasite + Kapital + Karşılık + Koşullar" olmaktadır. Diğer taraftan kredi riski, kredili satışlardan doğan alacağın ödenmeme riskini ifade etmektedir. Dolayısıyla alacak tahsilat planı uygulanan kredi

<sup>217</sup> AKGÜÇ, s.253.

şartlarına göre belirlenmeli ve meydana gelen sapmalar için de önlemler alınmalıdır. Kredili satış politikasındaki sapmalar tahsilat dönemlerine göre olasılık dağılımından hareket edilerek bulunabilir.

Kredili satışlarda vade belirlenirken, vade tarihindeki alacağın şimdiki değerinin kredili satılacak malın şimdiki değerine en azından eşit olmasına dikkat edilmelidir. Şimdiki değeri bulmada kullanılacak iskonto oranı, riskin etkisini yansıtmalı ve vadelere göre belirlenmelidir. Talebin belirsiz olduğu durumlarda değişik vadelerde kredili alış talebinde bulunan müşterilerin olasılık dağılımları belirlenerek şarta bağlı kazanç ve zararlar bulunur, net kazancın maksimum olduğu talep seviye ve vadesinde kredili satış yapılır. Bu durumu bir örnek ile açıklayalım.<sup>218</sup>

**Örnek :** SEÇKİN A.Ş. 2.000 TL' ye malettiği malları 3.000 TL' ye "3/60, net 180" (6 ay vadeli satışlarda ilk 2 ay içerisinde yapılacak ödemelere % 3 iskonto uygulanacaktır) şeklinde kredi şartı uygulayarak satmaktadır. Firmanın aylık kaynak maliyeti % 4' tür. Firma vade bitimi olan 6. aydan itibaren 10. aya kadar tahsili geciken alacaklara her ay için 100 TL tahsilat harcaması yapmaktadır. 10. ayda da tahsil edilemeyen alacaklara tahsilat harcaması yapmamakta ve zarar kaydetmektedir. Firma tahsilat sürelerinin ihtimal dağılımlarını aşağıdaki gibi tahmin etmiştir (tablo: 8):

**Tablo 8: TAHSİLAT SÜRELERİNİN İHTİMAL DAĞILIMLARI**

<u>Tahsilat Süresi</u>	<u>Ortalama Tahsilat Süresi</u>	<u>İhtimaller</u>
0 - 2 ay	1 ay	0,50
2 - 6 ay	4 ay	0,40
6 -10 ay	8 ay	0,08
10 ay ve yukarı	10 aydan fazla	0,02
		<u>1,00</u>

Bu durumda firmanın birim satış fiyatı üzerinden yapacağı tahsilat harcamaları ve katlanacağı maliyetler şöyle özetlenebilir (tablo: 9):

<sup>218</sup>TEKOK, s.180-183.

**Tablo 9: TAHSİLAT HARCAMALARI  
VE KATLANILACAK MALİYETLER**

<u>Tahsilat Süresi</u>	<u>Birim Satış Fiyatı Üzerinden Tahsilat Harcamaları ve Katlanılacak Maliyetler</u>
0 - 2 ay	90 TL (İskonto maliyeti = 3.000 x % 3)
2 - 6 ay	0 TL (Vade içerisinde harcama yok)
6 - 10 ay	100 TL (Her ay için tahsilat harcaması)
10 ay ve yukarı	3.000 TL (Alacağın zarar kaydedilmesi)

Müşterinin iskontodan yararlandığı ve iskonto süresi içinde ödeme yaptığı zaman yapılacak tahsilatın aylık % 4 kaynak maliyeti üzerinden şimdiki değeri şöyle olacaktır (tablo:10):

**Tablo 10: İSKONTODAN SONRA  
ELE GEÇECEK ALACAĞIN ŞİMDİKİ DEĞERİ**

<u>Ortalama Tahsilat Süresi</u>	<u>İskonto Oranı</u>	<u>Ele Geçecek Miktar</u>	<u>(K.M.=%4) 1 TL' nin Şim. Değ.</u>	<u>Ele Geçecek Miktarın Şimdiki Değeri</u>
1 ay	% 3	2.910 TL	0,962	2.799,2 TL

Müşteriler iskontodan yararlanmayıp vade içerisinde ödeme yapmayı tercih ettiğinde yapılacak tahsilatın aylık % 4 kaynak maliyeti üzerinden şimdiki değeri de şöyle olacaktır (tablo: 11):

**Tablo 11: VADE İÇERİSİNDE YAPILAN TAHSİLATIN  
ŞİMDİKİ DEĞERİ**

<u>Tahsilat Süresi</u>	<u>Alacak Miktarı</u>	<u>1 TL' nin Şim. Değ.</u>	<u>Alacağın Şimdiki Değeri</u>
4 ay	3.000 TL	0,855	2.565 TL

Müşteriler iskontodan yararlanmayıp vade içerisinde de ödeme yapmadığı ve geciktirdiğinde firma her ay için 100 TL tahsilat harcaması yapmaktadır. Dolayısıyla bu durumda firma iki tür maliyete katlanacaktır. Birincisi her ay yapılacak tahsilat harcaması, ikincisi de her ay için katlanılacak aylık % 4 kaynak maliyetidir. Bu durumda geç tahsil edeceği alacağın şimdiki değeri şöyle olacaktır (tablo: 12):

**Tablo 12: TAHSİLAT HARCAMASINDAN SONRA  
GEÇ TAHSİLATIN ŞİMDİKİ DEĞERİ**

Ort. Tahsilat Süresi	(1) Tahsilat Harcaması	(2) 1 TL' nin Şim.Değ.	(3=1x2) Tahsilat Harc. Şimdiki Değ.	(4) Tahs. Harc Sonra Geç. Tahs. Mik.	(5=2x4) Geç Tahs. Şim. Değ.	(6=5-3) Geç Tahsil. Net Şimdiki Değeri
8 ay	100 TL	0,731	73,1 TL	2.900 TL (3.000-100)	2.119,9	2.046,8

10. ayda da müşteriler ödeme yapmadığında, 10. aydan sonra alacağın tamamı zarar kaydedilmekle birlikte vade bitiminden itibaren her ay 100 TL tahsilat harcaması doğacaktır. Tahsilat harcamalarına rağmen alacağın değersiz hale gelmesi durumunda firmanın kayıplarının şimdiki değerleri de şöyle olacaktır (tablo: 13):

**Tablo 13: DEĞERSİZ ALACAK DURUMUNDA FİRMA  
KAYIPLARININ ŞİMDİKİ DEĞERİ**

Tahsilat Süresi	Kayıplar	1 TL' nin Şim. Değ.	Kayıpların Şimdiki Değeri
7 ay	100 TL	0,760	76 TL
8 ay	100 TL	0,731	73,1 TL
9 ay	100 TL	0,703	70,3 TL
10 ay	100 TL	0,676	67,6 TL
10 aydan fazla	3.000 TL	0,676	2.028 TL
		<b>Toplam</b>	<b>2.315 TL</b>

Tahsilatla ilgili durumlardan sonra, ortalama tahsilat sürelerinin ihtimal dağılımlarına göre beklenen şimdiki değerleri şöyle olacaktır (tablo: 14):

**Tablo 14: ŞARTA BAĞLI BEKLENEN ŞİMDİKİ DEĞERLER**  
(Ş.B.B.Ş.D.) (TL)

	Ortalama Tahsilat Süresi	(1) Şarta Bağlı Şimdiki Değerler	(2) İhtimaller	(3=1x2) Şarta Bağlı Beklenen Şim. Değerler
(Tablo- 9)	1 ay	2.799,2	0,50	1.399,6
(Tablo-10)	4 ay	2.565	0,40	1.026
(Tablo-11)	8 ay	2.046,8	0,08	163,7
(Tablo-12)	10 aydan çok	- 2.315	0,02	<u>- 46,3</u>
			<b>Toplam</b>	<b>2.543</b>

Görüldüğü gibi firmanın belirlenen vadelerde yapacağı tahsilatlar içerisinde, şarta bağlı beklenen kazancın şimdiki değeri iskontodan yararlanıldığı vadede en yüksek olmaktadır. Yani müşterilerin iskontodan yararlanmaları firma için en yüksek şarta bağlı beklenen kazancı (1.399,6 TL) vermektedir. Fakat müşterilerin vade içerisinde ödeme yapmayı tercih etmeleri durumunda da firma 1.026 TL şarta bağlı şimdiki değerle bir kazanç elde etmektedir. Vade bitiminden sonra geç tahsilat yapma durumunda özellikle tahsilat harcamalarının etkisi ile firmanın şarta bağlı şimdiki değer üzerinden kazancı 163,7 TL'ye düşmektedir. Firma için en kötü durum ise doğal olarak alacağın değersiz hale gelme durumudur. Bu durumda her ay için yapılacak tahsilat harcamalarının yanı sıra alacağın tamamı da değersiz hale gelmekte ve zarar kaydedilmektedir. Dolayısıyla firma şarta bağlı net şimdiki değer ile 46,3 TL zarara katlanmak zorunda kalmaktadır.

Özet olarak firma için şarta bağlı kazançlar içerisinde maksimum şimdiki değeri veren iskontodan yararlanma süresi olan 2 ay içerisinde tahsilat yapmak en uygun ve en az riskli durum olmaktadır.

Alacakların tahsil edilmeme riskinin belirlenmesinde şarta bağlı kazanç ile şarta bağlı net kazançların net şimdiki değerleri farkı kullanılır. Şimdi şarta bağlı beklenen şimdiki değerlerin standart sapmasını hesaplayalım (tablo:15) :



**Tablo 15: ŞARTA BAĞLI BEKLENEN ŞİMDİKİ DEĞERLERİN  
(Ş.B. B.Ş.D)STANDART SAPMASININ BULUNUŞU**

(1) Ş.B.Ş.D.- Maliyet (Maliyet=2.000TL)	(2) Ş.B.B.Ş.D. Toplamı-Maliyet	(3) (1-2)	(4) (3 <sup>2</sup> )	(5) İhtimaller	(6) (4x5)
799,2 TL	543 TL	256,2	65.638,44	0,50	32.819,22
565,0 TL	543 TL	22,0	484,00	0,40	193,60
46,8 TL	543 TL	-496,2	246.214,44	0,08	19.697,16
-4.315,0 TL	543 TL	-4.858,0	23.600.164,00	0,02	472.003,28
<b>Varyans</b>					<b>524.713,26</b>

Varyans, standart sapmanın karesidir.<sup>219</sup> Tablo:15' de yapılan hesaplamalar sonucunda bulduğumuz varyansın karekökünü alarak şarta bağlı tahsilatların beklenen şimdiki değerlerinin standart sapmasını bulabiliriz:

$$\text{Standart Sapma} = \sqrt{524.713,26} = 724,37$$

Şarta bağlı tahsilatların beklenen şimdiki değerlerinin standart sapmasından firma şu şekilde yararlanabilir:

Standart sapma bir serideki değerlerin aritmetik ortalamadan sapmalarının kareleri ortalamasıdır.<sup>220</sup> Örneğimizde aritmetik ortalama yerine şarta bağlı beklenen şimdiki değer kullanılmaktadır. Firma her bir tahsilatın şarta bağlı şimdiki değerinin maliyetten sonraki değeri ile şarta bağlı beklenen şimdiki değerinin maliyetten sonraki değerinden farkları karelerini alıp standart sapmasını bularak her bir tahsilatın bu ortalama tahsilattan sapmasını bulabilir. Örneğimizde standart sapma 724,37 TL' dir. Yani tahsilatların aritmetik ortalaması olarak kullandığımız şarta bağlı beklenen şimdiki değer ile ortalama tahsilat süreleri arasındaki farkın kareli ortalaması 724,37 TL' dir. Dolayısıyla şarta bağlı beklenen şimdiki değerden her bir tahsilat değeri 724,37 TL sapma göstermektedir.

<sup>219</sup> Münevver TURANLI, Selahattin GÜRİŞ, Aydın AYAYDIN, "İstatistik: Temel Kavramlar ve Uygulamalar", 2. Basım, Der Yayınları, İstanbul, 1995, s.130.

<sup>220</sup> TURANLI ve diğerleri, s.130.

Dağılım ölçüleri aynı birimle ifade edilmediğinde veya dağılım ölçüleri aynı birimle ifade edilse bile serideki değerlerin büyüklüklerindeki farktan dolayı dağılım ölçülerinin karşılaştırılması anlamlı bir sonuç vermez veya karşılaştırma yapmak mümkün olmayabilir. Serilerin dağılımlarını karşılaştırabilmek için bir düzeltme yapmak gerekir. Bu amaçla hangi sınıflamanın değişkenliğinin daha fazla olduğunu bulmak için sınıflamaların nisbi dağılımları karşılaştırılır ve değişim katsayısı bulunur. Değişim katsayısı standart sapmanın aritmetik ortalamaya bölünmesiyle hesaplanır.<sup>221</sup> Değişim katsayısı, serilerin değişebilirliği hakkında bilgi vermesi amacıyla kullanılır.<sup>222</sup> Değişim katsayısı küçük ise birimler ortalama etrafında daha uygun dağılmış demektir.<sup>223</sup>

Tahsilatların değişebilirliği hakkında bilgi sahibi olabilmek için değişim katsayısını bulabiliriz. Yani standart sapmanın aritmetik ortalama olarak kabul ettiğimiz şarta bağlı beklenen şimdiki değere oranlanması ile değişim (sapma) oranını bulabiliriz.

Tablo:15' de bulduğumuz standart sapmayı tablo:14' den elde ettiğimiz şarta bağlı beklenen şimdiki değer (Ş.B.B.Ş.D.)'e oranlayarak değişim katsayısını bulalım:

$$\text{Değişim Katsayısı} = \frac{\text{Standart Sapma}}{\text{Şarta Bağlı Beklenen Şimdiki Değerler Toplamı}}$$

$$\text{Değişim Katsayısı} = \frac{724,37}{2.543} = \% 28,5$$

Hesaplanan değişim katsayısından işletme şöyle yararlanabilir:

İşletmenin belirlemiş olduğu alacaklarını tahsil edememe riskinin (olasılığının) vadelere göre sınıflandırılması, aritmetik ortalamadan yani şarta bağlı beklenen

<sup>221</sup> Bilge Aloba KÖKSAL, "İstatistik Analiz Metodları", 2. Baskı, Çağlayan Basımevi, İstanbul, 1980, s.70.

<sup>222</sup> Şemsettin BAĞIRKAN, "İstatistiğe Giriş", Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1987, s.106.

<sup>223</sup> TURANLI ve diğerleri, s.166.

şimdiki değerden % 28,5 oranında sapma göstermektedir. İşletme alacaklarını tahsil edememe riskinin vadelere göre sınıflandırılması konusunda yaptığı tahminlerde % 28,5 oranında yanılmıştır. Vadelere göre alacaklarını tahsil edememe riski tahminlerinin çok üzerindedir. Çünkü % 28,5 'luk değişim katsayısı oldukça yüksektir. İşletme alacaklarını tahsil edememe olasılıkları ile ilgili tahminlerini yeniden ve daha sağlıklı yapmalıdır.

### 3.1.6. Kredili Satış Kararı

Yapılan analizler sonucu arzulanan risk sınıfları içerisinde bulunan müşteriye kredili satış yapma kararı verilecek ve önceden belirlenmiş kredili satış politikalarına uygun koşullarda kredi açılacaktır. Bunun yanında kredi limitleri kredili satış yapan firma kadar, müşterinin özelliklerine de bağlı olduğundan her bir müşteri için ayrı bir değerlendirme yapılmalıdır.

Kredi kabul edilmediğinde işletmenin pazar payında ve rekabette kayıp olmayacaksa ve müşterilerin kredi kullanabilecekleri alternatif fon kaynakları varsa, kredili satış talebinin kabulü borcun kabulü gibidir.

Bu şartlarda, bir kredinin kabul edilip edilmeyeceğine karar verilirken şu üç soruyu sormaya ihtiyaç vardır:

- i. Borcun prensipleri ve şartları nedir?
- ii. Gerekli cari faiz oranı nedir?
- iii. Kredi ne kadar genişletilebilir?

Aşağıdaki beş soruya cevap "Evet" ise ticari kredinin kabulü bir yatırım kararıdır ve o doğrultuda davranmak gerekir.<sup>224</sup>

- i. Müşterinin satın alma kararı kredi şartları tarafından etkilenir mi?
- ii. Müşteriye bağlanacak fon kısa süreli midir?
- iii. Müşteri, kapasitenin altında mı çalışıyor?

<sup>224</sup> ASCH and KAYE, s.102-103.

iv. Satıcı firma kapasitesinin altında mı çalışıyor?

v. Satıcı firmanın rakipleri kapasitenin altında mı çalışıyor?

Kredili satışa karar verilirken müşteri risk kategorisi ve tahmini şüpheli ve değersiz alacak oranı göz önünde tutularak söz konusu kredili satıştan firmanın elde edeceği net katkı hesab edilir. Tüm yatırımlarda olduğu gibi alacak yatırımında da firma, yatırımın katkısının maksimum düzeyde gerçekleşmesini arzulayacaktır.

**Örnek:** BEYAZGÜL A.Ş., % 3' lük tahsil edilememe riski belirlediği bir müşterisinden gelen 2 ay vadeli 1.000 adetlik kredili mal alış talebini değerlendirmektedir. Firmanın birim maliyeti 150.000 TL, birim satış fiyatı 180.000 TL ve aylık kaynak maliyeti de % 4' tür. Bu durumda firmanın bu kredili mal alış talebi için vereceği en uygun kararı analiz edelim.

Toplam Satış Hasılatı .....	180.000.000 TL
(180.000 TL x 1.000 br.)	
(-) Toplam Satış Maliyeti .....	150.000.000 TL
(150.000 TL x 1.000 br.)	
<b>Brüt Satış Karı .....</b>	<b>30.000.000 TL</b>
(-) Maliyet ile Şüpheli Alacak Zararı .....	4.500.000 TL
(Şüp.Al.Oranı=%3), (150.000.000 TL* 0.03)	
<b>Net Kar .....</b>	<b>25.500.000 TL</b>
<b>Maliyet ile Alacak Kaynak Maliyeti .....</b>	<b>12.000.000 TL</b>
(Aylık Kaynak Maliyeti % 4 ve 2 ay vade) (150.000.000 TL x 0.04 x 2 ay)	

Görüldüğü gibi talebin firmaya getireceği net kar (25.500.000 TL), neden olacağı kaynak maliyetinden (12.000.000 TL) fazla olduğu için bu talebin kabul edilmesi uygun olacaktır, kredili satışa olumlu karar verilebilir.

### 3.1.7. Enflasyonun Kredili Satış Sürecine Etkileri

Kredili satış süreci, bir müşteriden kredili mal alım teklifinin gelmesinden müşteri hakkında bilgiler toplanması, kredi riskinin belirlenmesi ve kredili satış analizlerinin yapılması ile kredili satışa karar verme aşamalarından oluşmaktadır.

Enflasyon, kredili satış sürecinin tamamını etkilemektedir. Öncelikle kredili mal alım talebinde bulunan müşteriler enflasyondan etkilendikleri için kredinin 5K'sı olarak bilinen temel faktörler daha dikkatli ve enflasyon etkisi göz önüne alınarak incelenmelidir. Enflasyonist dönemlerde incelenen bu faktörler sonucu ulaşılan bilgilerin her zaman aynı kalmayabileceğini unutmamak gerekir. Bu faktörlerden müşteri firmanın genel ekonomik ve çevresel şartlardan etkilenme derecesini ifade eden koşullar faktörünü ön plana çıkarmak gerekir. Çünkü koşullar faktörü işletme dışındaki şartlarla ilgilidir. Müşteri firmanın finansal yapısı sağlıklı ise enflasyon etkisi hissedilmeyebilir veya aşırı tahribat yapmayabilir.

Enflasyonist dönemlerde genel ekonomik göstergeler ve enflasyon oranları dikkate alınarak müşteri firmaların finansal yapısının ve faaliyetlerinin enflasyon ve diğer ekonomik gelişmelerden ne ölçüde etkileneceği ihtimalleri hesaplanabilir ve böylece müşterinin risk derecesi ölçülebilir.

Müşteri firmaların yeterli miktarda kaynağa sahip olmasını ifade eden kapital faktörü, enflasyonist ortamda müşterilerin kredi verilebilirliğini ölçmek için iyi bir kriter olabilir. Sermaye yapısı güçlü firmaların enflasyondan daha az etkileneceği veya enflasyonun etkisini daha hafif atlatacağı düşüncesiyle müşterinin kredi riski düşüktür ve kredili satış yapılabilir görüşü ileri sürülebilir. Çünkü kapital faktörü, kredili satışta riskin finansal teminatı olarak görülmektedir. Müşteri enflasyon nedeniyle verimli çalışmasa ve nakit yaratmasa (kapasite faktörü) dahi sermaye yapısının yeterli ve güçlü olması kredili satış yapan firmaları rahatlatan bir durum olmaktadır.

Karakter, kapasite ve karşılık faktörleri de enflasyonla ilgili beklentiler doğrultusunda incelendikten sonra müşterinin kredi verilebilirliği analiz edilir ve enflasyon ortamına göre daha önceden belirlenen kredili satış politikaları uyarınca karlı veya kabul edilebilir risk kategorisi içerisinde görülen müşterilere kredili satış kararı verilir, kredi limiti ve kredili satışın vadesi belirlenir.

Enflasyonist dönemlerde müşteri hakkında bilgi toplarken bilgi kaynağı olarak başvurulmuş müşteri firmanın finansal tablolarının da enflasyondan etkilenecekleri unutulmamalıdır. Finansal tablolardaki (bilanço, gelir tablosu) kalemlerin tablo

düzenleme tarihindeki satın alma güçleri ile daha sonraki satın alma güçleri aynı kalmayacaktır. Gelir tablosunda satışların daha sonraki rakamlarla maliyetlerinse daha önceki rakamlarla ifade ediliyor olması nedeniyle dönem karı gerçekten daha yüksek görülecektir. Bu durum müşteri işletmenin yüksek kar marjıyla çalışıyor izleniminin doğmasına ve özellikle kapasite faktörünün değerlendirilmesinde kredili satış yapacak işletmelerin hatalı kararlar vermesine neden olacaktır. Enflasyonist dönemlerde finansal tablolardan sağlıklı bilgiler elde edebilmek için finansal tabloların enflasyon muhasebesi tekniklerinden yararlanılarak enflasyona göre düzeltilmiş gerçek değerlerini analiz etmek gerekir.

Kredili satışa karar vermek için yapılan müşteri analizlerinden geleneksel kredi analizi, yukarıda bahsedilen müşteri kredi riskini belirleyen karakter, kapasite ve kapital faktörleri dikkate alınarak yapılmaktadır. Enflasyonist dönemlerde enflasyonun bu faktörlerden her birine etkisi kesinlikle ihmal edilmeden geleneksel kredi analizi yapılmalıdır.

Enflasyonist dönemlerde aşamalı kredi analizi yapılırken analizin birinci aşaması olan firmanın sahip olduğu bilgilere dayanılarak karar verilmemelidir. Bu bilgiler ne kadar iyi olursa olsun analizde mutlaka ikinci aşamaya geçilmelidir. Çünkü enflasyonist dönemlerde eldeki bilgiler güncelliğini yitirmiş olabilir veya enflasyonist şartlar değişmiş olabilir. Hatta kredili satış limiti çok yüksekse üçüncü aşamaya geçilerek uzman kuruluşlara başvurmak daha doğru olacaktır. Böylece enflasyondan fazlaca etkilenen ve verimli çalışmayan müşteri firmalara yapılacak kredili satışın getirebileceği yüksek kayıp ve zarardan kurtulmak mümkün olacaktır. Her ne kadar üçüncü aşama analizinin maliyeti yüksek olsa da kredili satış limiti de yüksek olduğundan atlatılacak zarara değecektir.

Kredili satış limiti ve vadesi belirlenirken yapılan alacak yatırımı yalnızca kaynak maliyeti ile değerlendirilmemeli, enflasyonun etkisini de dikkate alarak kaynak maliyetinin üzerinde daha yüksek bir karlılık hedeflenmelidir.

Ayrıca alacakların tahsil edilememe olasılıkları ve bu olasılıklara göre ortaya çıkacak kayıplar enflasyona göre düzeltilerek kredili satış sonucu doğacak alacağın gerçek satın alma gücü kayıpları da hesaplanmalıdır.

Enflasyonist dönemlerde kredili satış yapacak işletmeler, bahsedilen bu enflasyon etkilerini de dikkate alarak potansiyel müşterilerden gelecek kredili mal alım talebini değerlendirmeli, kredili satıştan sağlanacak ek katkı kredili satışın neden olacağı ek maliyeti aşıyorsa yani yapılacak kredili satış işletmenin karlılığına olumlu katkı sağlıyorsa kredili satışa karar verilmelidir.

### **3.2. MÜŞTERİ HESAPLARININ İZLENMESİ ve ENFLASYONUN ETKİLERİ**

#### **3.2.1. Müşteri Hesaplarının İzlenmesi**

Kredili satış ve tahsilat politikalarının önemli aşamalarından birisi de alacakların takibidir. Kredili satışlar sonucu doğacak alacakları izlemede amaç tahsilatın hızlandırılması, şüpheli ve değersiz alacakların minimize edilmesidir. Tahsilat bitene kadar alacakların durumunun yakından bilinmesi, alacakların azalmasının veya artmasının izlenmesi açısından çeşitli faydalar sağlar. Alacak tutarının artıp azalmasının firmalara çeşitli etkileri vardır. En azından artan alacakların bir maliyeti olacaktır. Alacakların azalması, satışların düşmesi sonucunda olduğundan firmanın karlılığı düşecektir. Alacakların tahsilat politikasına uygun olarak izlenmesi ve yönetilmesi amaçlanan bir durumdur. Çeşitli nedenlerle kredili satış ve tahsilat politikalarında sapmalar olabilir. Doğaldır ki gerek politikaların sertlik veya esnekliğinden olsun gerekse müşterilerin karakterlerinden olsun, sapmaları giderici önlemlerin alınması ancak alacakların izlenmesi ile mümkündür.

Bir kısım alacakların tahsil edilebilirliğinin zayıflaması veya kaybolması yani şüpheli veya değersiz alacak haline gelmesi ticari hayatta zaman zaman karşılaşılabilen bir durumdur. İşte firmaların normal sağlıklı alacaklarından bu tür şüpheli veya değersiz hale gelen alacaklarını ayırt etmesi de ancak alacakların izlenmesi ile mümkün olacaktır. Ayırt etme işlemi bir çok yararları yanında, firmanın alacaklarının gerçek durumunu göstermesi açısından da gerekli ve önemlidir.

Kredili satış kararının verilmesi ve satışın gerçekleşmesiyle doğan alacakların izlenmesi, muhasebe servisindeki ticari alacaklar büyük defter hesaplarında yapılır. Müşterilerin firmaya borçlarının genel olarak izlendiği bu hesapla birlikte, her bir

müşteri yardımcı defterlerde ayrı olarak ta izlenmelidir. Ayrıca ticari alacakların muhasebe servisinin dışında ayrı bir ticari alacak takip ve tahsil servisinin kontrolünde olması da faydalı olacaktır.

Satış faturası, belirli bir müşteri hesabına yapılacak borç kaydı için, bir gün veya bir döneme ait faturaların toplamı da alacaklar hesabına yapılacak borç kaydı için esas teşkil eder. Faturayı destekleyen müşteri sipariş mektupları, gönderme emirleri, konşimentolar vs. gibi diğer belgeler de bulunabilir. Bu çeşit bütün belgeler, periyodik hesap incelemeleri, mali tablo ve raporlar, vergi ödemeleri ve satıcı veya müşteri tarafından açılacak davalar da dahil olmak üzere söz konusu işlem kesin olarak tamamlanıncaya veya kapanıncaya kadar dosyalanmalı ve saklanmalıdır.<sup>225</sup>

### **3.2.2. Enflasyonist Ortamda Müşteri Hesaplarının İzlenmesi**

Enflasyonist ortamda müşterilerin durumları değişebilir. İşletmeler kredili satış yaptıkları müşterilerin özellikle gelir yaratabilme imkanlarını (kapasitelerini) yakından izlemeleri sayesinde gerekli önlemleri zaman kaybetmeden alabilir, kayıplarını azaltabilir veya ortadan kaldırabilir. Alacakların izlenmesiyle alacak seviyesi artan müşterilere yeni kredili satışlar yapılmayabilir veya limiti daraltılabilir.

Alacak seviyesi düşen müşterilerin izlenmesiyle işletmelerin o müşteriye yaptığı kredili satışın azaldığı görülebilir. Böylece müşterinin kredili mal alımını azaltan nedenler de analiz edilerek gerekli önlemler alınabilir. Alacak azalışı analiz edilirken rakip işletmeler daha cazip şartlar mı sunmaktadır, uygulanan kredili satış ve tahsilat politikası çok mu katıdır, müşterinin enflasyon nedeniyle alım gücü mü azalmıştır, müşteri peşin alımlara mı yönelmektedir gibi sorulara cevap aranır. Enflasyon ortamının kredili satışların vadesi, kredi limiti, kredi riski, nakit iskonto uygulaması ve tahsilat politikasına etkileri konularında bahsedilen etkiler de dikkate alınarak, alacakların izlenmesiyle politikaların yeniden yapılandırılması ve görülen sapmaların (politikaların gevşek veya katılığı) düzeltilmesi yapılabilir.

<sup>225</sup> NALÇACI, s.42-43.



### 3.3. TAHSİLAT YÖNTEMLERİ

İşletmeler tahsilat yöntem ve araçlarıyla ilgili analizler yaparak işletmenin net şimdiki değerine en fazla katkı sağlayacak tahsilat yöntemini bulmalıdır. İşletmelerin hedefi, en az maliyetle ve en kısa sürede alacaklarını tahsil edebileceği yöntemi bulmak olmalıdır. Çünkü, kredili satış yapılan müşterilerin borç ödeme yaklaşımları farklıdır. Bazı müşteriler borç ödeme konusunda titiz davranırken, bazıları gerekli titizliği göstermez. Hatta bazıları borcunu geç ödeme veya hiç ödememe eğilimindedir. Bu nedenlerle, müşterilerin özelliklerine göre hareket edilmelidir.<sup>226</sup>

İşletmelerin tahsilat politikalarının sert veya esnek olması, kullanacağı tahsilat yöntemlerini de belirlemektedir.<sup>227</sup> Sıkı tahsilat politikası uygulayan işletmeler, kullanacağı tahsilat yöntemlerini de sıkı seçerken, esnek tahsilat politikası uygulayan işletmeler ise daha yumuşak tahsilat yöntemlerini benimser.

Tahsilatta kullanılabilecek yöntemlerden bazılarını şöyle sıralayabiliriz:<sup>228</sup>

- i. Hesap özeti göndererek tahsilat,
- ii. Mektup, telefon, faks, telgraf vb. yollarla tahsilat,
- iii. Kredi kartı ve elektronik fon transfer (EFT) sistemleri ile tahsilat,
- iv. Firma elemanı veya üçüncü kişi ve kuruluşlar yardımı ile tahsilat,
- v. Toplama bankacılığı ve posta kutusu sistemi ile tahsilat,
- vi. Karşı ticaret yoluyla tahsilat,
- vii. Alacakların cirosu ve devri ile tahsilat,

#### 3.3.1. Hesap Özeti Göndererek Tahsilat

İşletmelerin müşterilerine belirli aralıklarla hesap durumu göndermesi müşterilerine sağladığı büro hizmetlerinden birisidir.<sup>229</sup> İşletme uyguladığı politikalar

<sup>226</sup> ERKAN, s. 96.

<sup>227</sup> AKGÜÇ, s. 254.

<sup>228</sup> CHAPIN ve diğerleri, s. 431-439.

<sup>229</sup> AKGÜÇ, s. 259.

doğrultusunda aylık, üçer aylık vb. dönemlerde müşterileri ile mutabakat sağlamak amacıyla hesap özeti göndermelidir. Satıcı veya müşteriden birisi hesap takibi konusunda gerekli titizliği göstermediği zaman, hesap kalanları konusunda taraflar arasında sorunlar çıkabilmektedir. Bu tür sorunları yaşamamak veya en aza indirmek için, belirli aralıklarla hesap özeti göndermek faydalı olacaktır. Ancak bu uygulamanın işletmeye bir maliyet getireceği unutulmamalıdır.

### **3.3.2. Mektup, Telefon, Faks, Telgraf vb. Yollarla Tahsilat**

Geciken tahsilatlarda kullanılan en eski yöntem mektup iken, teknolojik gelişmelere paralel olarak telefon, faks ve telgraf gibi araçlar da tahsilatta kullanılmaktadır. İşletmeler gecikmiş tahsilatın analizini yaparken hangi aracın en uygun olduğunu iyi analiz etmelidir.

Tahsili geciken müşterilerin karakterine, gecikme süresine ve tahsili geciken tutara göre özel mektuplar veya matbu mektuplar ayrı ayrı düzenlenmelidir.

Tahsili geciken müşterilere gönderilecek ilk mektup hatırlatıcı nitelikte olmalıdır. İkinci mektupta, birinci mektup hatırlatılarak müşteriden borcunu ödemesi istenebilir. Üçüncü mektupta ise süre verilerek ödemenin yapılması, aksi takdirde yasal yollara başvurulacağı kesin bir dille ifade edilmelidir.

Telefonla tahsilatta, tahsili geciken müşterilere telefon edecek kişinin hitabı çok önemlidir. Yanlış veya kaba ifadeler daha çok zarar getirir. Yukarıda mektupla tahsilat konusunda değinildiği gibi uygun yol izlenmelidir.

Telefonla tahsilatın maliyeti daha fazla olacağından telefon görüşmesi faydalı olacaksa yapılmalıdır. Telefon görüşmelerinde maliyeti azaltmak için indirimli fiyat uygulanan saatlerde telefon görüşmesi yapmaya dikkat edilmelidir.

### **3.3.3. Kredi Kartı ve Elektronik Fon Transfer Sistemleri İle Tahsilat**

Nakit yönetiminde etkinliğin artırılıp, nakit kullanma yerine nakit yerine geçen araçlar, hatta hemen ödemeyi sağlayan kredi kartlarının ve para makineleri gibi araçların kullanılması yoğunlaşmış, sonuçta nakit bulundurma asgari düzeye

indirilerek nakit maliyetleri düşürülmüştür.<sup>230</sup> Günümüzde alış-verişi kolaylaştırmak için kullanılan kartlar, genel anlamda kredi kartı olarak isimlendirilir. Bu kartların bazılarında ödeme aracı fonksiyonu, bazılarında ise nakit kredi sağlama fonksiyonu ağırlıktadır. Bu kartlar fonksiyonları açısından kredi kartları, masraf kartları ve borç kartları olarak sınıflandırılabilir.<sup>231</sup>

Kredi kartları müşterilere şimdi alıp sonra ödeme imkanı sağlarken, borç kartları alış-veriş yapıldığı anda ödemenin yapılmasını sağlar. Kart hamili harcamayı yaptığı anda, elektronik fon transfer sistemiyle bir hesaptan diğer hesaba anında fon transferi sağlayabilir. Bu sistem, satıcı, kart sahibi ve banka açısından faydalıdır.<sup>232</sup>

Kredi kartlarının bir maliyeti vardır. Kredi kartı çıkaran banka ve iş yerleri, bu kartların işletme ve tüketiciye maliyetini hesaplamalıdır.

Ülkemizde ilk defa 1968’ de çıkarılan kredi kartları hızla yaygınlaşmaktadır.

İşletmeler kredi kartına geçmeden önce, uygulamanın karda meydana getireceği artış ile doğacak alacağın alacak yönetiminin maliyetinde neden olacağı artışı analiz etmelidir. Kredi kartı ve elektronik fon transferi sistemi ile yapılacak tahsilatlarda işletme bir katkı sağlayacaksa kullanılmalı yoksa kullanılmamalıdır.

#### **3.3.4. Firma Elemanı veya Üçüncü Kişi ve Kuruluşla Tahsilat**

Firma elemanlarınca tahsilatta personel masrafı çok fazla olabilir. Bu nedenle her müşteri için bu tahsilat yöntemi mümkün veya karlı olmayabilir. Ancak borç ödemede titiz davranmayan müşteriler için bu yöntem etkili olabilir.

Satış ve tahsilat elemanı aynı kişi ise eleman, bir taraftan siparişleri alırken diğer taraftan tahsilat yapabilir. Ancak satış ve tahsilat elemanının aynı kişi olması konusunda fikir ayrılıkları vardır.<sup>233</sup> Bu nedenle satış ve tahsilat elemanı aynı kişi olursa, bu kişi iyi yetişmiş olmalıdır. Elemanın sert tutumu tahsilatı hızlandırırken satış miktarını düşürebilir, yumuşak tutumu ise tahsilatı geciktirebilir.

<sup>230</sup> AKSOY, s. 248.

<sup>231</sup> Nurhan AYDIN, “Kredi Kartları ve Kredi Kartlarında Faiz Masrafının Hesaplanması”, *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. IX, S.1-2, 1991, s. 148.

<sup>232</sup> S. Peter ROSE, “Money and Capital Markets”, Business Publications, Texas, 1983, s. 371.

<sup>233</sup> ERKAN, s. 103.

Firma elemanı ile tahsilatta müşterinin sürekli izlenmesi ve iyi ilişkiler kurarak satışların artırılması bu yöntemin üstün yönü olmaktadır.

Tahsilat işlemlerinde kullanılabilecek bir yöntem de, bu alanda hizmet veren banka, PTT, kredi toplama ajansları gibi kuruluşlardan yararlanmaktır.

Kredi toplama ajansları genellikle gelişmiş ülkelerde faaliyet göstermektedir. Bu ajanslar geciken alacakların tahsili için toplama hizmeti verirler.

Özellikle müşteri ile satıcı uzak mesafelerde ise bu kuruluşlar aracılığıyla yapılacak tahsilat daha kolay, daha güvenli ve daha ucuz olabilmektedir.

### 3.3.5. Toplama Bankacılığı ve Posta Kutusu Sistemi İle Tahsilat

Ülkelerin gelişmesine paralel ticaretin boyutları da genişlemektedir. Kredili satışlar ülke içinde ve uluslararası alanda oldukça geniş bir müşteri kitlesine hitap edebilmektedir. Kredili satışın boyutu genişleyip müşteri ile satıcının farklı bölgelerde olması durumunda tahsilat ta o oranda zorlaşmaktadır. Öyle ki normal olarak tahsilatın yapılabilmesi için, her vade sonunda ya müşterinin satıcının bulunduğu yere gitmesi ya da alacaklının müşterilerinin bulunduğu yerlere gitmesi gerekir. Bu durum satıcı ve müşteri için büyük bir yükür. İşte satıcılar bu yükten kurtulabilmek için bazı özel sistemler kurabilirler. Bu alanda yoğun olarak kullanılan sistemlerin başında “*toplama bankacılığı*” ve “*posta kutusu sistemi*” gelmektedir.

Toplama bankacılığı; stratejik tahsilat merkezleri kurarak işletmenin fon akışlarını hızlandırmak amacıyla kullanılan bir sistemdir.<sup>234</sup> Bu sistemde işletme, merkezinin bulunduğu yerde bir merkezi tahsilat merkezi kurarak, müşteriye yakın olan bölgelerde de şube şeklinde tahsilat merkezleri oluşturur. Şubelerde yapılan tahsilat anında merkeze gönderilerek, nakit kısa zamanda işletmenin kullanabileceği hale gelir. Bazı işletmeler bu sistem için banka şubelerinden de yararlanabilir. Sistem, bankacılık hizmetlerinden yararlanıldığında yine işletmenin merkezinin bulunduğu yerdeki bir banka şubesi toplama bankası görevi üstlenir, bankanın diğer şubelerinde müşteriden yaptıkları tahsilatı anında merkezin bulunduğu toplama

<sup>234</sup> AKSOY, s. 203.

bankasına aktarılır. İşletmenin kuracağı veya bankadan faydalanarak oluşturacağı sistemin bir maliyeti olacaktır.

Toplama bankacılığına benzer bir sistem de *posta kutusu* sistemidir.

Posta kutusu sisteminde işletme, bölgesinde posta kutuları kiralayıp, anlaşması bulunan bankalara, kiraladığı posta kutusundaki ödeme çeklerinin toplanması konusunda işlem yaptırmaktadır.<sup>235</sup> Banka şubesi tahsil ettiği çek bedellerini işletmenin merkezindeki hesaplara aktarmaktadır. Böylece tahsilat hızlandırılarak paranın geç tahsilinden doğan kayıplar en aza indirilmeye çalışılmaktadır.

### 3.3.6. Karşı Ticaret Yolu İle Tahsilat

Uluslararası ticarete, özellikle az gelişmiş ya da merkezi planlamanın hakim olduğu ülkelerde sıkça kullanılan bir ticaret şekli de takas yoluyla ticarettir. Malın malla değişiminin yapıldığı bu ticaret şekline karşı ticaret de denilmektedir. Karşı ticaret, hem yurt içi hem de uluslararası ticarete görülebilir. Ancak uygulama uluslararası ticarete daha çok olmaktadır. Uluslararası alanda karşı ticaret, gelişmiş ülkelerle az gelişmiş ülkeler arasındaki ticarete giderek artan bir öneme sahiptir.

Karşı ticaret; takas, kliring, karşı alım, dengeleme, geri alım, üçlü ticaret gibi çeşitli şekillerde uygulanmaktadır.<sup>236</sup>

Karşı ticaretin uluslararası boyutu oldukça karışıktır. Bu yolla ticaret yapmak isteyen işletmeler tekniğin özelliklerini yeterince bilmek zorundadır. Karşı ticarete giren işletmeler ticaretin iki boyutu ile karşı karşıyadır. Hem alıcı hem de satıcıdırlar. Tahsilat, karşı taraftan mal alımıyla tamamlanırken bu defa da mal alımı mecburiyeti gibi başka bir sorunla karşılaşmaktadır.

### 3.3.7. Alacakların Cirosu ve Devri İle Tahsilat

Kredili satıştan doğan alacak bir belgeye (çek, bono, poliçe) bağlanmamış ise bu tür alacaklar başkasına devredilemez (ciro edilemez). Alacak doğduğu anda belgeye bağlanmış ise tahsilat işlemlerine yardımcı olacaktır.

<sup>235</sup> AKSOY, s. 203.

<sup>236</sup> Cevat GERNİ, "Dış Ticaretin Finansmanı", TOBB Yayın No. 139, Ankara, 1990, s. 22.

İşletmeler belgeler üzerindeki alacak haklarını değişik şekillerde kullanarak, alacaklarını tahsil edebilirler. Örneğin; senetler bankaya iskonto ettirilerek vadelerinden önce paraya çevrilebilir. Borca karşılık veya mal alımlarında ciro edilebilir. Factoring veya forfaiting yoluyla da alacak hakkını satmak suretiyle alacaklarını tahsil edebilirler.

### **3.3.8. Enflasyonist Ortamda Tahsilat Yöntemleri**

Enflasyonist ortamda kullanılacak tahsilat yöntemi, tahsilat masrafını minimize edecek ve tahsilatı en kısa sürede tamamlayacak bir yöntem olmalıdır. Enflasyonist ortamda kullanılacak tahsilat yöntemi, tahsilat yapılacak müşterilerin enflasyondan etkilenme dereceleri değerlendirilerek belirlenmelidir. Bu doğrultuda farklı nitelikteki müşteriler için farklı yöntemlerin seçilmesi gerekecektir.

Seçilecek tahsilat yönteminin maliyetinin ne olacağı iyi hesaplanmalı ve yöntemin maliyetinin bugünkü değeri enflasyon oranı doğrultusunda değerlendirilmelidir. Tahsilat yönteminin maliyetinin yüksek olduğu belirlense bile tahsilatı kısa sürede tamamlayabiliyorsa alacakların satın alma gücü kaybını azaltacağı göz önünde tutulmalı ve kazanç-kayıp dengesi gözetilerek tahsilat yöntemi seçilmelidir.

İşletmeler belirledikleri gevşek tahsilat politikaları doğrultusunda gevşek tahsilat yöntemleri seçilebilir veya belirledikleri sıkı tahsilat politikaları doğrultusunda sıkı tahsilat yöntemleri seçilebilir. Tahsilat politikası belirlenirken enflasyon etkisi dikkate alındığında bu karara uygun bir tahsilat yöntemi seçileceğinden, enflasyonun etkisini de giderecek bir tahsilat yöntemi kullanılacaktır.

### **3.4. MÜŞTERİ HESAPLARININ KONTROLÜ**

Finansal yönetim alacaklara yatırılmış fonlar üzerindeki etkin kontrolü yerine getirmek için kredi dönemi ile ilgili bir takım kararlar almalıdır. Hesabın işleyişi para tahsilatını ve yavaş ödeme yapanlar için gidişatı şekillendirecektir. Yönetim, tam ve düzenli kontrol için ihtiyaç duyulan bilgi akışını da belirlemelidir.<sup>237</sup>

<sup>237</sup>ASCH and KAYE, s.100-101.

Kredili satış departmanı sürekli olarak alacakların tahsil edilebilirliğini ve tahsilat politikası uygulamalarını kontrol ederek gerekli önlemleri almalıdır. Bu işin yapılabilmesi için kredili satış departmanı gerekli ve yeterli bilgiye ihtiyaç duyacaktır. Bu bilgiler doğrultusunda yapılacak izleme ve kontrollerin firmaya birçok fayda getireceği muhakkaktır. Kontroller ve izleme gerektiği gibi yapılmaz ve gerekli önlemler alınmaz ise firma, şüpheli ve değersiz alacaklar nedeniyle daha fazla zarara ve tahsilat harcamasına katlanmak zorunda kalır. Bu kayıplardan kurtulmak için tahsilat politikası titizlikle uygulanmalıdır. Ayrıca geç ödeme yapan müşterilere, kredi limiti daraltılarak veya peşin satış yolları araştırılarak bazı yaptırımlar uygulanabilir.

Alacak büyük defterine ve müşteri hesaplarına yapılan tüm borç ve alacak kayıtlarının doğruluğunun sağlanması için gerekli tedbirler alınmalıdır. Alacaklar hesabının satış iade veya indirim gibi nakit dışı nedenlerle alacaklandırılması kredili satış departmanınca kontrol edilmelidir.

Tahsil edilemeyen alacakların zarar kaydedilmesi, bu emri vermeye yetkili bölüm veya kredili satış departmanınca kontrol edilmelidir.

Nakit dışı nedenlerle alacak hesaplarının alacaklandırılmasının, muhasebe şefince de kontrol edilmesi daha uygundur.

Diğer taraftan ticari alacak büyük defter hesapları ile yardımcı defterlerdeki müşteri hesapları her ay düzenli olarak karşılaştırılmalıdır. Ayrıca müşterilerin aylık durumları çıkarılıp kendilerine gönderilmelidir. Bu iş, kasadarın ve tahsilat servisinin dışındaki birisi tarafından yapılmalıdır.

Böylece politikalara uygun olarak alınan bütün kredili satış kararları eksiksiz ve doğru olarak takip edilmiş olacaktır. Bunun yanı sıra, firmanın durumu zaman zaman da bir bütün olarak değerlendirilmelidir.

İşletmeler, yaptığı karar analizlerini geliştirebilmek ve politikalarında gerekli değişiklikleri yapabilmek için politikaların uygulama sonuçlarını değerlendirmelidir. Bu değerlendirmeler ay veya dönem sonlarında yapılabilir. Belirlenen amaçlar doğrultusunda yürütülecek izleme faaliyetleri için yararlanılan birtakım yöntemler

sıralanabilir. Bu izleme sayesinde uygulanan politikaların sonuçları da değerlendirilmiş olacak ve yeni dönem politikalarının belirlenmesinde baz teşkil edecektir. Şimdi bu izleme ve değerlendirme yöntemlerine değinelim.

### 3.4.1. Rasyoların Hesaplanması (Rasyo Yardımıyla Alacak İzleme)

Toplam alacak miktarının, diğer bilanço ve gelir tablosu kalemlerine olan oranları veya alacakların devir hızı, ortalama tahsilat dönemi gibi rasyolar mevcut durumun değerlendirilmesinde ve politikaların geliştirilmesinde önemlidir.

Kaynak maliyeti kaynakların kullanımını sınırlandıran önemli bir unsurdur. Alacakların artması etkinliğin azalmasına veya kaybolmasına neden olabilir. Bu nedenle evvela tahsilat politikasının işleyişi incelenmelidir. Bunun için de alacakların tümü ele alınarak alacaklardaki değişim yani alacaklarda yığılma olup olmadığı incelenir. Bu tür analizlerde ortalama alacaklar ile çeşitli bilanço ve faaliyet verileri karşılaştırılabilir. Bu karşılaştırmaya rasyo (oran) analizi denir. Bu rasyolardan birisi;

$$\frac{\text{Ortalama Alacaklar}}{\text{Toplam Aktifler}} \text{ rasyosudur.}$$

Bu rasyonun yükselmesi, kredili satış politikasında bir değişiklik yok ise, tahsilat politikasının yetersiz veya etkin olmadığını, tahsilatın yavaşladığını gösterir.

Yıllık kredili net satışların, alacaklar ortalamasına oranlanmasıyla ortaya çıkan rasyoya "*alacakların devir hızı rasyosu*" adı verilir.

$$\text{Alacakların Devir Hızı} = \frac{\text{Net Kredili Satışlar}}{\text{Ortalama Alacaklar}}$$

Bu rasyo ticari alacakların bir yılda kaç defa tahsil edildiğini ifade eder. Ortalama alacaklar, bir yılın tüm ticari alacakları toplamı 12 aya bölünerek ya da ticari alacakların dönem başı ve dönem sonu kalanları toplamı ikiye bölünerek



bulunur. Daha duyarlı bir ortalama için, yıl içindeki tüm aylara ait aritmetik ortalamalar kullanılabilir.

Alacakların devir hızı rasyosu hesaplandıktan sonra işletmenin geçmiş yıl sonuçları ve rakip firmaların sonuçlarıyla karşılaştırılmalıdır.

Geçmiş yılların aynı dönemleri karşılaştırıldığında ortaya çıkan farklılıklara, tahsilat politikasındaki değişikliklerin neden olup olmadığına bakılarak gerekli önlemler alınmalıdır. Bunlar kadar önemli bir karşılaştırma da firmanın uygulamaya koyduğu politikadaki devir hızıyla, ortaya çıkan sonuç arasında olacaktır. Arada farklar var ise nedenleri araştırılmalı, yöneticilerin kontrolünde olan veya olmayan noktalar incelenmeli ve kredi politikası yeniden gözden geçirilmelidir.

Alacak devir hızı, ortalama alacak yatırım maliyetinin hesaplanmasında da yararlı olacaktır. Mevcut politikanın daha sonra yapılacak değerlendirmelerinde, bu oran kar ve maliyet analizinin daha gerçekçi olmasını sağlayacaktır.

Mevcut durumun tespitinde diğer önemli bir rasyo da borçlulara tanınan ortalama tahsilat dönemi rasyosudur. Şu formülle bulunur:

$$\text{Alacakların Tahsil Süresi} = \frac{\text{Ortalama Alacaklar}}{\text{Günlük Kredili Satışlar}}$$

Burada da üzerinde durulması gereken bir husus, ortalama kredi gün sayısının uygulanan politikadaki ödeme şartlarıyla karşılaştırılmasıdır. Birçok işletmelerde bu iki rakam arasında bir fark görülecektir. Önemli olan farkın büyüklüğü değil, rakiplerinkinden küçük veya en azından onlarınki kadar olmasıdır. Aynı zamanda firmanın bu farkı finanse edebilip edemeyeceği önemlidir. Bu rasyoda yapılabilecek başka bir karşılaştırma da çeşitli dönemlere ait alacakların tahsilat süreleridir. Ele alınan dönemlerde kredili satış ve tahsilat politikalarında hiçbir değişiklik yok ise tahsilat sürelerinin uzaması alacak yönetiminin etkinliğini kaybetmesi demektir.

Alacakların ortalama tahsil süresi, kredili satışların ve değişen satış vadelerinin etkileri nedeniyle tahsilatın etkinliğini sağlıklı olarak yansıtamamaktadır. Alacakların

ortalama tahsil süresi işletmelerin mevsimlik satışlarını, uzayan vadelerini, kredi yöneticisinin uzayan vadelerden dolayı artan gayretlerini göz ardı etmektedir.<sup>238</sup>

### 3.4.2. Alacakların Yaşlandırılması

Mevcut politikanın sonuçlarının tespitinde diğer bir araç ta yaşlandırma cetvelleridir. Yaşlandırma cetvellerinin veya tahsili geciken alacaklar listesinin hazırlanması, alacaklar hesabıyla ilgili yapılması gereken olağan ve alışlagelmiş bir iştir. Bu bilgilerin daha sonra kredili satış ve tahsilat servisine iletilmesi gerekir.

Alacakların yaşlandırılması ile işletmeler, alacak yatırımları hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olurlar. Alacakların yaşlandırılması çizelgesinin yöneticilere vadesi geçmiş alacaklarla ilgili verdiği bilgiler, alacakların tahsilatı için oldukça önemlidir. Çünkü alacaklar yaşlandıkça tahsilatı da zorlaşacaktır. Alacakların yaşlandırması yöntemi daha etkin bir tahsilat politikası belirlemek için kullanılır.<sup>239</sup>

Politikaların etkinliğini belirlemede alacakları yaşlandırma çok sık başvurulan bir yoldur. Geç ödemelere, gecikme faizi uygulanarak gecikmenin etkisi giderilebilir. Aksi takdirde geç tahsilat, firmaya kaynak maliyeti ve tahsilat harcamaları gibi ek maliyetler getirecektir. Buna rağmen, gecikme faizi alınsa da bu gecikme, nakit akışını ve faaliyet planını bozacağından ve işlerin aksamasına neden olacağından firmanın uğrayacağı belirsizliklerin tam karşılığı alınamaz. Bu şekildeki olayların sebep olacağı kayıpları gecikme faizinin karşılaması elbette mümkün olmayacaktır.

Tahsilattaki gecikmeler alacakların yaşlandırılması ile tesbit edilebilir. Alacakların yaşlandırılması sayesinde alacakların tahsilat seyrinin nasıl olduğu, ne kadar alacağın geciktiği ve özellikle hangi vadedeki alacakların tahsilatının yavaşladığı veya gerilediği konularında bilgi sahibi olunarak gerekli önlemler alınabilir. Örneğin bir firma alacaklarını şu şekilde yaşlandırmış olsun. (tablo:16)

<sup>238</sup> Rob OLSEN, "Measuring The Credit Department Performance", *Business Credit*, Vol:96, No:2, February 1994, s.41.

<sup>239</sup> S. DAVIDSON, R.L. WEIL, "The Conference Board, Managing Trade Receivables, *Handbook of Modern Accounting*", Second Addition, Mc.Graw-Hill Book Company, New York, 1977, s.551.

**Tablo 16: ALACAKLARIN YAŞLANDIRILMASI (Alacak Tutarı 1.000 TL)**

Vade (gün)	I.Dönem		II.Dönem		III.Dönem		IV.Dönem	
	Alacak tutarı	Hesap sayısı	Alacak tutarı	Hesap sayısı	Alacak tutarı	Hesap sayısı	Alacak tutarı	Hesap sayısı
00 - 30	2.500	800	6.000	1.100	8.500	1.200	9.500	1.500
31 - 60	2.000	600	5.000	1.000	7.500	1.300	12.000	1.800
61 - 90	1.600	500	3.000	800	9.000	1.100	8.000	1.600
91 - 120	1.000	200	1.200	300	4.000	400	5.000	500
121- 180	500	50	1.000	100	2.500	250	3.000	250
180 'den çok	100	20	0	0	500	50	300	150
<b>Toplam</b>	<b>7.700</b>	<b>2.170</b>	<b>16.200</b>	<b>3.300</b>	<b>32.000</b>	<b>4.300</b>	<b>37.800</b>	<b>5.800</b>

Bazı dönemlerde çeşitli vadelerde azalış olmakla beraber (61-90 gün vadede, III. dönemde alacak tutarı 9.000.000 TL iken IV. dönemde 8.000.000 TL olmuştur. 180 günün üzerindeki vadede, II. dönemde alacak tutarı 0 (sıfır) iken IV. dönemde III. dönemden daha azdır, 300 TL<500 TL.) toplam alacak tutarı bazında dönemler itibarı ile artış olmaktadır. Dolayısıyla alacakların yapısı dönemden döneme değişmektedir. Bu değişikliğin nedeni satış hacmindeki veya tahsilat politikasındaki değişiklik olabilir. Alacaklardaki artış oranı dönemler itibarıyla uzun vadeli alacaklarda (özellikle 91-120 ve 121-180 gün) daha fazladır. Hesap sayısındaki artış ile alacaklardaki artış oranı birlikte ele alındığında da dönemler itibarıyla uzun vadeli alacak hesap sayısı daha hızlı artmaktadır. Bu da tahsilatın yavaşladığını ve alacakların gittikçe yaşlandığını gösterir.

Alacakların yaşlandırılması tabloları bu şekilde hazırlandıktan sonra firmanın tahsilat politikasına uygun olarak gerekli tahsilat çabaları yapılır. Geç ödeme yapan veya hiç ödeme yapmayan müşterilerin diğer tekliflerinde daha titiz davranılacaktır. Çünkü yavaş ödeme yapanlar, işletme fonlarının daha uzun süre bağlı kalmasına ve ilave tahsilat harcamalarına neden oldukları için, hiç ödemeyenler de alacağın tamamen zarara dönüşmesine neden oldukları için tahsilat kaybına neden olurlar. Bu

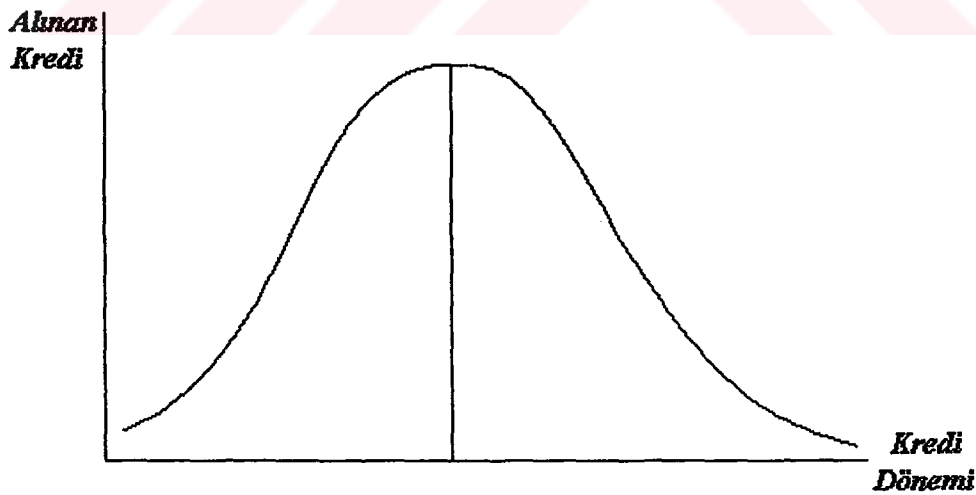
nedenle bu tablo, vadesi geçmiş alacakların izlenmesinde ve yeni kredili satış yapılıp yapılmamasına karar vermede önemli bir araç olmaktadır.

Ayrıca bu tablo vadesi geçmiş hesaplara yüzdeler uygulamak suretiyle şüpheli alacak zararların tahmininde de kullanılabilir.

Tahsili geciken alacakların ortalama yaşının aylık raporları, trendin tahsilat döneminde ters yönde mi olumlu yönde mi eğilim gösterdiğini ve tamamlanan tahsilat dönemini herhangi bir standart durum ile nasıl mukayese edeceğini belirlemek için faydalı bir kontrol aracıdır. Belirlenecek basit ortalama uygulama eğilimleri için aşağıda verildiği gibi dönemsel düzenlemeler yapılabilir :

$$\text{Ortalama Alacaklar} = \frac{\text{Dönem başı alacak bakiyesi (Alacaklar)}}{\text{Dönem boyu kredili satışlar (Kredili Satışlar)}} \times 30 \text{ gün}$$

Alacakların aylık analizi, müşteriler ve alt gruplara göre toplam olarak ve sıkça yapılmalıdır. Normal dağılım eğrisi beklenirken tahsilatın etkinliği, kredi vadesi dağılımının eğimini belirler. Kredi tahsilatı etkin değilse, dağılımda vadeden sonraki tepe noktası kadar uzun bir kuyruk olur. Bu ilişki şekil: 8'de görülmektedir:<sup>240</sup>



**Şekil 8: Etkin Olmayan Kredi Toplama Grafiği**

<sup>240</sup> ASCH and KAYE, s.101.

### 3.4.3. Nakit Akışlarının İzlenmesi

Nakit akışlarının izlenebilmesi amacıyla düzenlenecek nakit bütçesiyle, nakit ihtiyacının işletme içi veya dışından, ne biçimde karşılanacağı bilinir. Nakit bütçesi düzenlemede, satış tahminleri kadar önemli bir nokta da nakit girişleridir. Nakit girişleri, firmanın kredi vadelerine ve şüpheli alacak ortalamasına göre belirlenir.

Nakit bütçesi yapılmasıyla uygulama sonuçlarının karşılaştırılması ve nakit akışlarının izlenmesi sağlanacaktır. Böylece firma nakit girişlerindeki değişiklikleri (geç ödeme veya ödememe) anında görüp gerekli önlemleri alabilecektir. Sonuçların izlenmesi, kredi vadeleri ve şüpheli alacaklar ile ilgili doğru veriler, nakit bütçelerinin de gerçeğe daha yakın olmasını sağlar.

### 3.4.4. Şüpheli Alacakların Ayıklanması

Kredi analizi yapılırken tüm alacakların tahsili düşünülür, fakat sağlam analizler ve sıkı izlemeye rağmen alacakların tamamının tahsili her zaman mümkün olmayabilir. Alacakların firma değerine net katkısının belirlenmesi ve yeni kararlar almada şüpheli alacakların normal alacaklardan ayrılması önemlidir. Alacakların izlenmesi sonucu bir alacağın şüpheli hale geldiğinin kısa sürede anlaşılması ile, takibi artırılarak ve başka önlemler de alınarak tahsil imkanı artırılabilir.

Tahsil edilemez hale gelen alacaklar normallerinden ayıklanarak firmanın gerçek durumu da görülebilir. Zira şüpheli veya değersiz alacaklar, firmanın aktif görünümünü suni olarak kabartmakta ve olduğundan daha güçlü göstermektedir. Belki de şüpheli ve değersiz alacaklar ayıklandığında firmanın elinde hiç normal alacağı kalmayacak, sermaye yapısının bozuk olduğu ortaya çıkacaktır. Buna ilaveten, değersiz alacaklar zarar kaydedileceğinden firmanın gerçek karı azalacak, belki de zarar doğabilecektir. Değersiz alacakların ayıklanıp zarar kaydedilmesi ile firma, gelir elde edemediği faaliyetlerin vergilerini de ödemeyecektir.

### 3.4.5. Alacakları Değerleme ve Şüpheli Alacakların Kara Etkisi

Uygulanan kredili satış ve tahsilat politikası sonuçlarını izlemede bir yol da alacakları değerlemedir. Bu sayede uygulanan politikalar sonunda ortaya çıkan net alacak miktarının görülmesi mümkün olur. Bu nedenle, alacaklar peşin değerlerine

indirgenmeli, beklenen şüpheli alacaklar, satış iskontoları ve iadeleri için yeterli karşılık ayrılmalı, böylece alacaklar gerçek değerleri ile değerlendirilmelidir

Değerleme sayesinde uygulanan politikaların dönem sonlarında reel kar ölçümü de yapılabilir. Ayrıca değerlendirme, dönem geliri, dolayısıyla vergi matrahının belirlenmesi açısından da büyük önem taşır.

Bu açıdan değerlendirme yapılmadığı takdirde izleyen faaliyet döneminde elde edilecek gelirden vergi ödenmiş ve gereksiz yere fon çıkışı yapılmış olacaktır. Doğal olarak uygulanan politikaların sonuçlarını görmek de mümkün olmayacaktır.

Değerlemenin yararlı olduğu başka bir alan da değerlendirme yaparken doğabilecek tahmini şüpheli alacaklar ortalamasının belirlenmesidir. Bu tahmin işleminde uygulanan kredili satış politikaları sonucunda ortaya çıkan şüpheli alacak zararlarından yararlanır. Böylece politikalar sonunda ortaya çıkan şüpheli alacak zararlarının işletme karlılığını ne ölçüde etkilediği belirlenip ilerisi için gerçekçi tahminler yapılma imkanı doğacaktır.

Şüpheli alacak oranının tahmini karşılık ayırmada da önemlidir. Belirlenen şüpheli alacak oranı mevcut kredi politikasının diğer politikalarla karşılaştırılıp en etkin politikaların belirlenmesine yardımcı olacaktır.<sup>241</sup>

#### **3.4.6. Enflasyonist Ortamda Müşteri Hesaplarının Kontrolü**

Enflasyonist ortamda kredili satış yapan işletmelerin, enflasyonun belirlenen politikalarda ne gibi sapmalara neden olduğunu görebilmesi için müşteri hesaplarını izlemesi gerekir. Böylece politikalar değerlendirilebilir ve yeniden yapılandırılabilir.

Alacaklar, rasyolar yardımıyla izleniyor ve kontrol ediliyorsa rasyoyu oluşturan kalemlerin bilanço ve gelir tablosu kalemlerinden oluşması nedeniyle enflasyonun etkisine ayrıca dikkat edilmelidir. Çünkü enflasyon finansal tabloların homojenliğini bozduğu için dönemler arası karşılaştırma yapmak sağlıklı sonuçlar vermeyecektir. Farklı dönemlerde düzenlenen finansal tablolar farklı satın alma

---

<sup>241</sup> NALÇACI, s.47.

gücündeki para değeriyle düzenlendiklerinden işletme faaliyetleri hakkında yanlış izlenimlere neden olmaktadır.

İşletmeler enflasyondan farklı derecede etkilendiklerinden rasyoların sektördeki işletmelerle mukayesesi de gerçekçi bilgiyi vermeyecektir.

Enflasyonun finansal tablolar, dolayısıyla rasyolar üzerindeki bu olumsuz ve yanıltıcı etkisini gidermeden alacakların izlenmesi ve kontrolünde rasyo yönteminin kullanılmaması gerekir. Bu amaçla ülkemizde henüz resmi olarak kabul edilmeyen enflasyon muhasebesi tekniklerinden yararlanılabilir.

Rasyolar yardımıyla alacakların çalışma sermayesi veya toplam aktifler içerisindeki oranı, alacak devir hızı ve alacakların ortalama tahsil süresi gibi bilgilere ulaşarak uygulanan tahsilat politikasının performansı da ölçülebildiğinden enflasyon etkisi mutlaka dikkate alınmalı ve finansal tablolar enflasyon etkisi giderildikten sonra kullanılmalıdır.

Alacak izleme ve kontrol yöntemlerinden bir diğeri olan alacakların yaşlandırılması yöntemi de enflasyonist dönemlerde farklı bir şekilde ele alınmalıdır. Vadelere göre tahsili geciken alacak tutarlarının alacakların yaşı çizelgesinde gösterilmesi enflasyon dönemlerinde yetersiz kalmaktadır. Enflasyonist ortamda alacakların satın alma gücü kaybı nedeniyle, vadesi geçmiş alacaklar nominal olarak değil satın alma gücü olarak değerlendirilmelidir.

Alacağın tahsil edilememe süresi uzadıkça satın alma gücü kaybı da artacaktır. Örneğin % 3 aylık enflasyon oranı iskonto oranı olarak kabul edildiğinde 500.000.000 TL alacağın tahsilatı çeşitli sürelerde geciktiğinde satın alma gücü kaybı şöyle olacaktır (tablo: 17):

**Tablo 17: VADESİ GEÇEN ALACAĞIN PEŞİN DEĞERLERİNİN  
ve SATIN ALMA GÜCÜ KAYBININ BULUNUŞU**

Vade (gün)	Tahsili Geciken 500.000.000 TL Alacağın Çeşitli Vadelere Göre Peşin Değeri (TL)	Çeşitli Vadelere Göre Alacağın Satın Alma Gücü Kaybı (TL)
30	$500.000.000 / (1+0.03)_1 = 485.436.890$	14.563.110
60	$500.000.000 / (1+0.03)_2 = 471.253.530$	28.746.470
90	$500.000.000 / (1+0.03)_3 = 457.456.540$	42.543.460
120	$500.000.000 / (1+0.03)_4 = 444.049.730$	55.950.270
150	$500.000.000 / (1+0.03)_5 = 431.406.380$	68.593.620
180	$500.000.000 / (1+0.03)_6 = 418.760.460$	81.239.540

Alacakları kontrol yöntemlerinden birisi de nakit akışlarını izleme yöntemidir. Nakit akışlarını izlemek için nakit bütçeleri kullanılabilir. Nakit bütçelerinde nakit girişi beklenen dönemler ve beklenen nakit giriş tutarı belirtileceğinden tahsilattaki aksamaları görmek mümkün olmaktadır. Enflasyon ortamında nakit girişleri enflasyona göre düzeltilmiş para değeriyle ayrıca takip edilirse, alacak tahsil edildiğinde oluşacak satın alma gücü doğrultusunda daha sağlıklı planlar yapılabilir.

### 3.5. POLİTİKALARIN YENİDEN YAPILANDIRILMASI

#### 3.5.1. Politikaların Yeniden Yapılandırılması

Çeşitli içsel ve dışsal nedenlerden dolayı uygulanan politikaların zaman zaman kontrol edilmesi kaçınılmaz olmaktadır. Bu nedenle bir dönemde uygulanan politikaların gerek gevşeklik gerekse aşırılık açısından aksayan yönleri belirlenirse bu aksaklıklar gözden geçirilmeli ve gerekli iyileştirici düzenlemeler yapılmalıdır. Hatta belirlenen politikalar her müşteriye aynen de uygulanmayabilir. Dolayısıyla politikaların değişik özellik arz eden müşterilere göre farklı uygulanması gerekebilir.

Kredili satış ve tahsilat politikası üzerinde etkili olan ve dikkate alınması gereken diğer faktörler şunlardır:

- i. İşletme sermayesinin ticari alacaklar dışındaki diğer unsurları,
- ii. Üretim kapasitesi kullanım derecesi,



iii. Birim sabit ve değişken giderlerin kara etkisi (maliyet yapısı),

iv. Pazar payı ve pazarlama politikası.

Kredili satış yoluyla satışları artırma hedeflenirken daha fazla stok bulundurma gereği duyulur. Bazen stok seviyesi düşebilir, bazen da artabilir. Dolayısıyla stok maliyetleri dikkate alınarak politikalar değerlendirilmelidir.

Üretim kapasitesinin kullanım derecesinin kredili satış ve tahsilat politikası ile ilişkisini de şu şekilde izah edebiliriz. Tam kapasite çalışan firmaların satış artırma ihtiyacı olmadığından politikalarını daha sıkı belirleyebilir. Atıl kapasite söz konusu ise daha esnek kredili satış politikası uygulanarak atıl kapasiteden kurtulmaya çalışılır. Fakat yine de atıl kapasite değerlendirilerek satışlar artırılırken, doğacak alacakların karlılığı analiz edilmelidir. Unutulmamalıdır ki birim sabit giderler ile birim değişken giderler kar üzerinde aynı etkiyi göstermez. Zira üretim kapasitesi ne olursa olsun, değişken giderler aynı iken üretim arttıkça birim sabit gider düşer.

Pazarlama politikası olarak pazar payını genişletmeyi hedefleyen firmalar daha esnek kredili satış politikası belirleyebilir. Ters durumda pazar payı yeterli görülüyor ve sabit bir müşteri kitlesi söz konusu ise esnek politika uygulanmayabilir. Şartlar gevşetilerek satış artırmaya çalışılmasının yanı sıra belirlenen bu şartlar reklam vb. çeşitli satış artırıcı çabalarla müşterilere duyurulmalıdır.

Sonuç olarak şunu söyleyebiliriz: Tüm farklı noktalar ve değişik alternatifler dikkate alınarak, dönemden döneme ve hatta dönem içerisinde dahi mevcut kredili satış ve tahsilat politikaları sürekli izlenip aksaklıkları giderici önlemler alındığında, firmaya maksimum düzeyde katkı sağlanmış olunacaktır. Tabii ki sistem yaklaşımı içerisinde firmanın diğer hedef ve politikaları da birlikte değerlendirilerek firma için toplam net katkının maksimum düzeyde olması sağlanmalıdır.

### **3.5.2. Enflasyonist Ortamda Politikaların Yeniden Yapılandırılması**

Normal dönemler için belirlenen ve uygulanan kredili satış limiti, kredili satış vadesi, nakit iskontosu ve tahsilat politikaları bu normal dönemlerde dahi değişikliği gerektirebilecekken enflasyon dönemlerinde bu konu üzerinde özenle durulmalıdır. Enflasyon etkisini giderici olarak alınan önlemler sayesinde enflasyonist bir

dönemde çok başarılı olan bu politikalar diğer bir enflasyon döneminde başarısız olabilir ve işletmeyi büyük zararlara uğratabilir. Çünkü ülkemizde enflasyon yıllık ve hatta aylık olarak çok değişken seyretmekte, enflasyonla ilgili tahminler pek tutmamaktadır. Ülkemizdeki enflasyonun bu değişkenlik özelliği geleceği belirsizleştirmekte ve yapılan tahminlerde hata yapılabilmektedir. Bu durum enflasyonun çok kısa dönemlerle (aylık gibi) izlenmesini, politikaların da sürekli gözden geçirilmesini ve yeniden yapılandırılmasını zorunlu kılmaktadır. Sürekli olarak izlenen, gözden geçirilen ve görülen sapmalara göre yeniden yapılandırılan politikalar sayesinde, başka nedenlerle olabilecek sapmalar kadar enflasyon nedeniyle olabilecek sapmalar için de erken önlem almak ve kredili satışların neden olacağı zararlardan kurtulmak mümkün olabilmektedir.

### **3.6. POLİTİKALARDA ETKİNLİK SAĞLAMA VE POLİTİKALARDA ETKİNLİĞİ ARTIRICI BİR MODEL**

#### **3.6.1. Politikalarda Etkinliği Sağlama**

İşletmenin amaçlarından birisi de alacaklardaki artış hızını satışlardaki artış hızından daha küçük tutabilmektir. Alacakların yönetiminde etkinliği sağlamak amacıyla alınabilecek önlemler şunlar olabilir:<sup>242</sup>

i. Piyasa koşulları uygunsa vadeleri kısaltmanın, kredi limitlerini daraltmanın yolları araştırılmalı yani şartlar daha uygun hale getirilmelidir.

ii. Tahsilatta etkinlik sağlanmaya çalışılmalıdır. Müşteriler yakından izlenmeli, ödemelerini geciktirenlerin kredi limitleri daraltılmalıdır. Bu tür müşterilere peşin satış yolları araştırılmalı, böylece alacak devir hızı artırılmaya çalışılmalıdır. Etkin tahsilat politikası alacak tutarını azaltır.

iii. Kredili satış yapılacak müşteri seçimi daha dikkatli yapılmalı, aranılacak niteliklerde daha sınırlayıcı davranılmalı, kredi standartları yükseltilmelidir. Böylece şüpheli ve değersiz alacak oranı azaltılabilir. Aynı zamanda alacak devir hızı da artırılmış olacaktır. Özellikle enflasyonist dönemlerde, müşterilere uygulanacak kredi standartları iyi belirlenmelidir.

<sup>242</sup>AKGÜÇ, s.259-261.

iv. Büro hizmetleri etkin hale getirilmeli, alınan siparişler en kısa sürede ve hasarsız olarak yerine ulaştırılmalı, geciken ödemeler takip edilmeli ve bu müşteriler uyarılmalıdır. Hatta vadeye yaklaşınca müşterilere hatırlatma yapılması gibi büro hizmetleri etkin hale getirilir ise alacak tutarları azalacak, alacak devir hızı artacaktır.

v. Erken ödemeyi özendirici ve tahsilatı hızlandırıcı nakit iskontosu gibi önlemler uygulanmalıdır. Bu önlemlerle alacaklara ayrılacak kaynaklar, dolayısıyla kaynak ihtiyacı azaltılarak gereksiz kaynak maliyetine katlanılmaz. Fakat dikkat edilmesi gereken nokta, alınan önlemlerin maliyetleri ile önlemlerin sağlayacağı faydaların dengesidir. Faydanın maliyetlerden daha fazla olması yani net getirinin pozitif olması halinde bu tür uygulamalara gidilmesi gerekir.

vi. Müşterilerle açık cari hesap şeklinde çalışma yerine ticari senetlerle çalışma şekli benimsenmelidir. Bu uygulamanın bir çok faydaları sayılabilir. En önemlileri, ticari senetleri iskonto yaptırarak vadelerinden daha önce nakde dönüştürme imkanlarından yararlanma, ciro yoluyla nakit özelliğine dönüştürerek ödemelerde kullanma, finans kurumlarından kredi alımlarında teminat olarak göstermede kullanma gibi imkanlardan yararlanılabilir. Son zamanlarda artan factoring kurumlarından da bu konuda yararlanılabilir. Bunlardan başka ticari senetlerin diğer avantajlarından bazıları da ticari alacakların izlenmesinin daha kolay ve takibinin daha hızlı olması, uyuşmazlık hallerinde alacağın ispatını mümkün kılmasıdır.

vii. Tahsil edilememe riskine karşı alacaklar sigorta ettirilerek etkinliğin artırılması sağlanabilir. Alacakları sigorta ettirip ettirmeme konusundaki karar, bir çok faktöre bağlı olarak değişecektir. Bu faktörler şunlar olabilir:

- a- Ödenecek sigorta prim tutarı,
- b- Şüpheli alacak oranının izleyen dönemdeki beklenen durumu,
- c- Yöneticilerin riske bakış açıları,
- d- Alacağı konu olan müşterilerin nitelikleri.

Sağlıklı şekilde finanse edilmemiş ve alacakları büyük tutarlar halinde ve az sayıda müşteri üzerinde toplanmış firmalar, alacaklarını sigortalayarak önlem alabilir. Fakat ülkemizde alacakların sigortalanması pek yaygın değildir.

viii. Pazarlama ve satış elamanlarından tahsilat elemanı olarak ta yararlanıp tahsilat sürecine katmak da etkinliği artırıcı bir unsur olabilir.

Bu tür elemanların kısa kısa aralıklarla müşterileri ziyaret etmeleri uygulanacak kredili satış ve tahsilat politikalarında faydalı bilgiler verecektir.

Ayrıca bu tür personelin daha dikkatli davranmalarını sağlamak için personel, alacakların tahsil edilememesi nedeni ile uğranılacak zararlardan sorumlu tutulabilir. Fakat aşırı bir mali sorumluluk yüklenirse, personelin aşırı önlemleri ve sıkı uygulamalarının satışlar üzerinde negatif bir etki yapabileceği de unutulmamalıdır.

ix. Alacakların değerlendirilmesi yapılmalı, reel olmayan karlar üzerinden vergi ödenilmesi önlenmelidir.

Dönem sonu değerlemede senetli alacakların bilanço günündeki peşin değerleri hesaplanmalı (reeskont işlemi) ve tahsili şüpheli hale gelmiş alacaklar için uygun ve yeterli miktarlarda karşılık ayrılmalıdır.

Bu işlemin vergi açısından büyük önemi vardır. Değerlendirme yapılmadığı takdirde, izleyen ve içerisinde bulunan mali yılın gerçekleşmeyen karları üzerinden de vergi ödeyerek fon çıkışı ve işletme sermayesi azalışı hızlandırılmış olmaktadır.

### **3.6.2. Politikalarda Etkinliği Artırıcı Bir Model**

Çalışmanın bu kısmında kredili satış politikalarının etkinliğini artırıcı sayısal bir model olarak *Robert SOLDOSKY'* nin geliştirmiş olduğu modeli alıntılacağız. Model, firmaya gelen bir kredili mal alış talebinin hangi durumlarda kabul edilmesinin uygun olacağını belirlemeye yöneliktir.

Daha önce de belirtildiği gibi kredili mal alış talebinde bulunan müşterinin risk kategorisi ve alacağın şüpheli hale gelme ihtimali belirlenir. *Soldofsky* modelinde belirlenen bu bilgilere ilaveten firmanın finansman maliyeti, müşterinin sipariş miktarı ve siparişin karşılanmasına kadar yapılacak satış giderleri de kullanılır.

Model, siparişin uygunluğunu belirlemede şu formülü kullanır:<sup>243</sup>

$$M - (b + T \times i + C / Q) \geq 0$$

Formülde kullanılan sembollerin anlamları şöyledir:

- M : Kar marjı,
- b : Alacağın şüpheli hala gelme olasılığı,
- T : Kredili satış vadesi,
- i : Kaynak maliyeti,
- C : Siparişin gerektirdiği toplam satış gideri,
- Q : Sipariş miktarı.

**Örnek:** AY IŞIĞI A.Ş.'nin satışlarında uyguladığı kar marjı % 30' tur. Firmaya 45 gün vadeli ve 50.000 adetlik bir sipariş gelmiştir. Firma, yaptığı inceleme ve analizler sonucunda sipariş veren müşterinin risk kategorisine göre % 5' lük bir şüpheli alacak ihtimali taşıdığını belirlemiştir. Firma bu sipariş için toplam 8.000 TL satış giderine katlanacağını hesaplamıştır. Firmanın kaynak maliyeti % 60' dir.

Şimdi bu teklifin kabul edilebilirliğini SOLDOFSKY modeli ile analiz edelim:

$$\begin{aligned} M &= \% 30 \\ Q &= 50.000 \text{ adet} \\ T &= 45 \text{ gün } ( 45 / 360 = 0,125 ) \\ b &= \% 5 \\ i &= \% 60 \\ C &= 8.000 \text{ TL} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} M - (b + T \times i + C / Q) &\geq 0 \\ &= 0,30 - [ 0,05 + (0,125 \times 0,60) + (8.000 / 50.000) ] \\ &= 0,30 - [ 0,05 + 0,075 + 0,16 ] \\ &= 0,30 - 0,285 \\ &= 0,015 > 0 \end{aligned}$$

Model, teklifinin kabulü için bu kredili satışın giderler toplamının firmanın kar marjından küçük veya ona eşit olmasını gerekli kıldığı için, firma bu teklifi kabul

<sup>243</sup> AKGÜÇ, s. 253-254.

ederse olumlu katkı sağlayacaktır. Gerçi % 1,5 gibi gayet az bir katkı olacaktır fakat model 0 (sıfır) olmasını dahi teklifin kabulü için yeterli görmektedir. Nitekim bu teklifin katkısı pozitif olduğundan teklif kabul edilebilir niteliktedir. Çünkü firmanın toplam karını artıracaktır.

### **3.6.3. Enflasyonist Dönemlerde Politikalarda Etkinliği Artırmak İçin Alınacak Önlemler**

İşletmeler kredili satış ve tahsilat politikalarında etkinliği sağlamak amacıyla, hem tahsilatı hızlandırıcı önlemler almalı hem de rakip işletmeleri ve piyasayı da göz önünde tutarak kredili satış şartlarını kendileri açısından daha uygun duruma getirmeye gayret etmelidir.<sup>244</sup>

Müşteriler genel olarak, alış sırasındaki nakit yetersizliği ve süre içerisinde ödeme yapacak geliri sağlama imkanı olması gibi iki temel nedenle kredili alışlara yönelirler. Bu nedenle firmalar, kredili satış şartlarını uygun hale getirdikleri ölçüde satışlarını artırabilirler. Buna karşılık kredili satışların hiç bir zaman gözden uzak tutulmayacak üç önemli maliyeti vardır:

- i. Alacaklara bağlanan fonların maliyeti,
- ii. Alacakların izlenmesinin gerektirdiği idari giderler,
- iii. Alacakların tahsil edilememesi olasılığı.

Bu konuda genel kural, ilave satışlardan elde edilecek karın ilave maliyeti aştığı sürece kredili satış şartlarını müşteriler lehine değiştirmektir.

Alacak yönetimindeki hatalar başlıca iki kaynaktan doğabilir. Bu hatalardan ilki, müşterilerde aranan nitelikleri yüksek tutarak, kredili satış şartlarını müşteriler açısından zorlaştırarak, alacakların tahsilinde çok katı davranarak, (hemen kanuni yollara başvurmak gibi) firmanın satışlarını daraltmak ve potansiyel müşterilerden yoksun kalmak; ikincisi de, kredili satışlarda esnek davranarak firmanın likidite durumunun bozulmasına, finansman ihtiyacının artmasına ve alacakların değersiz

<sup>244</sup> TURKO, s.257.

hale gelmesi sonucu uğranılacak zararın, ek satışların sağlayacağı kar marjını da aşacak düzeylere yükselmesine neden olarak karlılığı azaltmaktadır.

Enflasyonist dönemlerde kredili satış yapan işletmeler kredili satışa karar verirken enflasyonun etkisini göz önünde tutarak politikalarını belirledikleri sürece politikalarında etkinliği sağlayabilir. Yani politikalarda etkinliği sağlama çalışmaları politikaları belirleme aşamasında başlamalıdır. Enflasyonist dönemlerde kredili satışlardan doğan alacakların satın alma gücü kayıplarını en aza indirmek için kredili satışlarda vade ve limit mümkün olduğunca kısaltılmaya çalışılmalıdır. Kredili satış yapılacak müşteri seçiminde daha seçici davranılmalı, müşteriler hakkında bilgi toplanırken ve müşterilerin kredi değerliliği analiz edilip belirlenirken bugünkü ve gelecekteki muhtemel enflasyon oranları mutlaka dikkate alınmalıdır. Ancak bahsedilen konularda çok katı davranmanın müşteri kaybına neden olabileceği de unutulmamalıdır.

Alacakların tahsilat aşaması, enflasyonist dönemlerde etkin bir kredili satış ve tahsilat politikası için oldukça önemlidir. Kredili satış sürecinde yapılacak her hangi bir hata işletmenin tahsilat aşamasında doğrudan karşısına çıkacaktır. Kredili satış tamamlandıktan sonra tahsilat aşamasında, müşterilerin belirlenen vadelerde ödeme yapıp yapmadıkları ve enflasyondan etkilenerek durumlarında (sermaye yapıları, nakit yaratabilme yeterlilikleri, faaliyet verimlilikleri, karlılıkları vb.) değişiklikler olup olmadığı konularında bilgi sahibi olmak ve bu bilgilerin sürekli güncelliğini korumasını sağlamak için müşteriler yakından izlenmelidir. Tahsilatta gecikmeler olduğunda müşteriler uyarılmalı hatta enflasyonun neden olduğu satın alma gücü kaybı ve alacağı bağlanan fonların kaynak maliyeti dikkate alınarak müşteriden gecikme faizi istenmelidir. Müşteriye tekrar kredili satış yapılmayabileceği uyarısında bulunulmalıdır.

Enflasyonist dönemlerde alacak tahsilat yöntemlerinin maliyetlerde neden olacağı artışlar yalnızca kaynak maliyeti ile değil enflasyonun etkisi de hesaba katılarak değerlendirilmeli, seçilen tahsilat yöntemi firma değerine katkı sağlıyorsa kullanılmalıdır.

Enflasyonist dönemlerde alacakların kontrolü yapılırken alacakların kontrolünde kullanılan yöntemler üzerinde enflasyonun etkileri ihmal edilmemeli, özellikle rasyolarla alacaklar izleniyorsa enflasyonun finansal tablolar üzerindeki etkisini giderici enflasyon muhasebesi teknikleri yardımıyla finansal tablolar düzeltilmiş değerleriyle rasyolarda kullanılmalıdır.

Alacakların yaşlandırılmasında enflasyona göre geciken tahsilatın neden olacağı satın alma gücü kayıpları mutlaka ayrıca izlenmeli ve müşterilere uyarılar yapılarak mümkünse gecikme faizi talep edilmelidir.

Unutulmamalıdır ki kredili satış ve tahsilat politikası, bilanço kalemlerinden birisi olan alacakların yönetimi demektir. Normal ekonomik dönemlerde olduğu gibi enflasyonist dönemlerde de alacak yönetimindeki etkinlik ve başarı genel olarak işletmenin başarısını ve karlılığını doğrudan etkileyecektir.



## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **SİVAS' TA FAALİYET GÖSTEREN İŞLETMELERİN KREDİLİ SATIŞ VE TAHSİLAT POLİTİKALARININ ENFLASYONİST ORTAMDA UYGULANMASINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA**

#### **4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

İşletmeler peşin satışların işletmeye nakit girişi sağlamasına rağmen, enflasyonun gelir dağılımını bozucu ve talebi daraltıcı etkisini azaltarak potansiyel müşteri çekebilmek, satış hacmini artırabilmek veya en azından koruyabilmek ve rakiplerine pazar paylarını kaptırmamak gibi nedenlerle kredili satış yapmayı tercih etmekte ve hatta bazen zorunlu kalmaktadır. Bu durum alacak yatırımlarını önemli miktarda artırdığı için kredili satışlar ve kredili satış politikası önem kazanmıştır.

Kredili satışlar sonucu ortaya çıkan alacakların geç tahsili veya tahsil edilememesi, işletmelerde nakit durumunu bozarak kaynak sıkıntısına ve büyük zararlara neden olması yönüyle tahsilat politikası da önem kazanmaktadır.

Bu açılardan kredili satış ve tahsilat politikası bir bütün olarak alacak yönetimi adıyla ve finans yöneticisinin sorumluluğunda yürütülmektedir.

Alacak yönetiminin amaçlarından birisi, işletmenin nakit akışını ve tahsilatı kontrol altında tutarak likit yapıyı korumak, finansman ihtiyacını ve finansman giderlerini en aza indirmektir. Alacak yönetiminin diğer amacı, alacaklara bağlanan fonları emniyet altına almaktır. Yönetim bu amacı gerçekleştirebilmek için müşterileri risk açısından değerlendirerek yüksek riskli gördüklerine kredili satış yapmama ve diğerleri için de tahsilat prosedürlerini iyileştirerek alacak yatırımlarının risk derecesini azaltmaya çalışmaktadır. Bunlarla birlikte alacak yönetimi, satış hacmini artırarak marjinal kar artışı ile işletme karlılığını da artırmayı amaçlamaktadır.

Bahsedilen bu durumlar işletmeler için kredili satış ve tahsilatı, dolayısıyla alacak yönetimini oldukça önemli kılmaktadır. Alacak yönetimi birçok faktörün

etkisi altında yürütüldüğünden ve özellikle enflasyonun geleceği belirsizleştirmesi nedeniyle kredili satış ve tahsilat uygulamasında bir çok sorun yaşanmaktadır.

Müşteriler açısından kredili alımlara başvurmanın da birçok nedeni vardır. Öncelikle enflasyon ortamında paranın satın alma gücündeki azalmadan dolayı karlı bir uygulama olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca dar gelirliler için ihtiyaçlarını karşılama imkanı da doğmaktadır.

Ülke ekonomisi açısından, talep artacağı için üretim ve istihdam da artacaktır.

Sivas' ta farklı sektörlerde faaliyet gösteren ve kredili satış yapan işletmelerde yapılan bu uygulama araştırmasının temel amacı, enflasyon ortamında kredili satış yapan işletmelerin kredili satış ve tahsilat politikalarının uygulama durumlarını ortaya koymaya ve bunlara ilişkin öneriler getirmeye çalışmaktır. Araştırmanın diğer amaçları ise, kredili satışlarda enflasyonun satış fiyatını ve kredi vadesini nasıl etkileyeceğini, nakit iskonto oranının peşin satışları özendirmek için nasıl belirleneceğini, bunun vade farkı oranına etkilerinin işletmelerin finansal yapısına ve karlılığına etkilerini, karşılaşılan sorunları ortaya koymaktır.

Ayrıca ne tür müşterilerin kredili alım yaptığı, ne tür müşterilerin hangi vadelerde kredili alım yaptığı, nakit iskontosundan ne tür müşterilerin yararlandığı, ne tür müşterilerin geç ödeme yaptığı ve ne tür müşterilerin ödeme yapmadığı, da ortaya konmaya çalışılmıştır.

#### **4.2. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI VE SINIRLARI**

Araştırmada Sivas' ta faaliyet gösteren işletmelerin kredili satışta müşteriler için bir araştırma yapmadığı, mevcut bir kredili satış ve tahsilat politikalarının olmadığı, sadece enflasyonu dikkate alarak fiyatları ayarladıkları düşünülmektedir.

Araştırma, Sivas' ta faaliyet gösteren 50 işletmeyle ve işletmelerin uygulama sonuçlarıyla sınırlı tutulmuştur. Zamanın sınırlı olması ve bazı işletmelerin araştırmaya katılmak istememeleri araştırmayı sınırlamaktadır.

### 4.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE KULLANILAN YÖNTEM

Araştırmada örnek kütle olarak Sivas ili göz önüne alınmıştır. Bu anket, Sivas ana kütlelerini temsil etmesine mümkün olduğunca özen gösterilerek değişik sektörlerde faaliyet gösteren ve satışlarını kredili olarak yapan işletmeler arasından tesadüfi olarak seçilen farklı büyüklükteki 50 işletme yetkililerine uygulanmıştır.

Araştırma konusunun içeriği gereği en uygun veri toplama yöntemi olarak düşündüğümüz kişisel görüşme ve posta yolu ile anket yöntemi kullanılmıştır.

Bazı işletmelerin en üst yetkilisi ile her zaman görüşme imkanının olmaması, kişisel görüşme ile anket yönteminin kullanılmasını sınırlamış ve bu nedenle posta yolu ile anket yöntemine de başvurulmuştur.

Anket yöntemini uygulamak için toplam 25 sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formundaki sorular değerlemeli, açık uçlu ve kapalı soru çeşitlerinden oluşmaktadır. Bir bütün olarak anketin kısa tutulmasına dikkat edilirken soruların kısa ve anlaşılabilir olmasına özen gösterilmiştir.

Anket uygulanan 40 işletmeden 22'si ile kişisel görüşme yapılmış diğerlerine posta yoluyla anket uygulanmıştır. Posta yoluyla ankette cevap oranını artırmak için formun gönderildiği zarfın içerisine, üzerinde iade adresi ve pul bulunan bir zarf da konulmuştur. Postayla gönderilen 18 anket formundan 6 tanesi cevaplanmıştır.

Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesinde, istatistik tekniklerinden yüzde (%) yöntemi kullanılmıştır.

### 4.4. BULGULAR VE YORUM

Anketimize katılan işletmelerin % 88'inin kredili satış yaptığı belirlenmiştir. Bu sonuç kredili satışların ticari hayattaki boyutunu ortaya koymaktadır. Ayrıca kredili satışların işletmeye ayrıca bir maliyet getireceği ve enflasyonun da kredili satışların maliyetini artıracacağı kanısının hakim olduğu gözlemlenmiştir.

Anketimizde kredili satış için ilk defa müracaat eden müşterilerin borç ödeme yeterlilik ve niyetleri ile ilgili araştırma ve değerlendirme yapıp yapılmadığı sorusuna ilişkin dağılım şöyledir:

**Tablo 18: ANKETE KATILAN İŞLETMELERİN İLK KEZ KREDİLİ SATIŞ YAPACAKLARI MÜŞTERİLERİ HAKKINDA ARAŞTIRMA VE İNCELEME YAPTIKLARINA İLİŞKİN DAĞILIM**

SEÇENEKLER	f	%
Evet	23	82
Hayır	5	18
TOPLAM	28	100

f: Anket cevaplama sayısı (ankete cevap veren işletme sayısı)

Anketimize katılan işletmelerin, müşterileri hakkında araştırma ve inceleme yaptıkları sonucuna varmaktayız. Yüz yüze görüşmelerden edindiğimiz kanaate göre, kulaktan dolma bilgilerin olması ve bunlara güvenildiği, bazen de senetlerle kredili satış yapıldığı için ankette % 18' lik hayır cevabı verilmiş olabilir.

Anketimize katılan işletmelerin hemen hemen tamamının (%96) yapacakları kredili satış tutarını (limiti) değerlendirmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Edinilen izlenim, genellikle reddedilebilecek bir kredi limitinin talep edilmediğidir.

Anketimize katılan işletmelerin 9 tanesi ( % 32) kredili satışlarda enflasyonun etkilerini giderici önlem almadığını ifade etmiş, önlem aldığını ifade eden 19 işletmenin aldıkları önleme ilişkin dağılım şöyledir:

**Tablo 19: ANKETE KATILAN İŞLETMELERİN KREDİLİ SATIŞLARDA ENFLASYONUN ETKİLERİNİ GİDERİCİ OLARAK ALDIKLARI ÖNLEMLERE İLİŞKİN DAĞILIM**

SEÇENEKLER	f	%
Müşteri seçiminde titizlik	1	5
Peşin satışları özendirmek için fiyat indirimi	4	21
Vade farkı uygulaması	11	58
Tahsilatı hızlandırmak için nakit iskontosu uygulaması	2	11
Diğer	1	5
TOPLAM	19	100

Kredili satışlarda enflasyonun etkilerini gidermek amacıyla ağırlıklı olarak vade farkı uygulamasının tercih edildiği, ikinci olarak ta peşin satışları özendirmek amacıyla fiyat indirimi uygulandığı belirlenmiştir. Satış aşamasından sonra tahsilatı hızlandırmayı amaçlayarak nakit iskontosunu tercih eden işletmeler azınlıkta kalmaktadır. Diğer seçeneğine verilen cevap, vade farkı içerisinde

değerlendirilebilecek cevap niteliğindedir. Cevapta, ileride aynı malı sattığı fiyattan alamayacağını düşünerek fiyatın yüksek tutulduğu belirtilmiştir. Bu cevabı vade farkı uygulaması ile birlikte düşünürsek bu yola başvuranların oranı % 63 olmaktadır. Bu da gösteriyor ki bu konuda tercih edilen yol vade farkı uygulamasıdır.

Anketimize katılan işletmelerin çoğu nakit iskontosu uygulamadıklarını, uyguladığını ifade eden iki işletme ise nakit iskonto oranını belirlemede kardan fedakarlık ettiklerini belirtmişlerdir. Nakit iskontosunun bilinmemesi veya uygulanmaması nedeniyle olsa gerek ankette yer alan, nakit iskontosunun tahsilatı hızlandırma, tahsil edilemeyen alacakları azaltma, peşin satış, karlılık ve nakit akışlarını artıracığı konularındaki sorularımıza çoğunluk (% 93) tarafsızım cevabını verirken iki cevap (%7) katılıyorum şeklinde olmuştur.

Enflasyonun vadenin daha da uzatılmasına neden olduğuna katılıp katılmadıklarına ilişkin dağılım şöyledir:

**Tablo 20: ANKETE KATILAN İŞLETMELERİN ENFLASYONUN VADENİN DAHA DA UZATILMASINA NEDEN OLDUĞUNA KATILMALARINA İLİŞKİN DAĞILIM**

SEÇENEKLER	f	%
Tamamen katılıyorum	4	14
Katılıyorum	15	54
Tamamen katılmıyorum	--	--
Katılmıyorum	3	11
Tarafsızım	6	21
TOPLAM	28	100

Anketimize katılan işletmelerin yarısından biraz fazlası enflasyonun vadenin daha da uzatılmasına neden olduğuna katıldığını, bir kısmı da tamamen katıldığını ifade etmiştir. Buradan % 68' lik bir oranla uzun vadelere enflasyonun neden olduğu görüşünün hakim olduğu sonucuna varmaktayız. Tamamen katılmıyorum cevabının olmaması ise kanaatimize göre bu sonucu destekler niteliktedir.

Bu soru paralelinde sorulan 17, 18 ve 19. soruların cevapları doğrultusunda vadenin uzun tutulmasının satışları ve dolayısıyla karlılığı artıracığı, tahsil edilemeyen alacaklarda olumsuz etkiye neden olmayacağı görüşü ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak işletmelerde, enflasyonun vadeleri daha da uzattığı ancak bunun olumlu yanlarının olduğu kanaati hakimdir.

Ankete katılan işletmelerin tahsilatı hızlandırmak için neler yaptıklarına ilişkin cevapların dağılımı şöyledir:

**Tablo 21: ANKETE KATILAN İŞLETMELERİN TAHSİLATI HIZLANDIRMAK İÇİN NELER YAPTIKLARINA İLİŞKİN DAĞILIM**

SEÇENEKLER	f	%
Müşterileri uyarma	9	32
Müşterileri ziyaret	1	4
Nakit iskonto uygulaması	4	14
Diğer	14	50
TOPLAM	28	100

Bu bulguları, nakit iskonto uygulamasıyla ilgili 7. sorudaki cevaplarla birlikte değerlendirecek olursak; enflasyonun etkisini gidererek tahsilatı hızlandırmak amacıyla iki işletmenin nakit iskontosunu uyguladığı belirlenmişken, tahsilatı hızlandırmak için ne yaptıkları sorusuna 4 işletme nakit iskontosuna başvurduklarını ifade etmiştir. Burada bir çelişki görünmektedir. Farklı cevapları veren işletmelerin aynı işletme olmadıkları belirlenmiş olmasına rağmen “enflasyon “ olgusunu göz ardı edersek yaklaşık olarak aynı soruya iki işletme farklı cevap vermiştir.

Tahsilatı hızlandırmak için neler yapıldığına ilişkin soruya verilen % 50 oranındaki *Diğer* cevabında ağırlıklı olarak, alınan belgelerin (çek, bono) ciro edilmek yoluyla vade beklenmeden kullanıldığı belirtilmiştir.

Tahsilat yöntemi olarak 10 işletmenin (% 36) işyerinde (satıcının işyerinde) tahsilat yaptığı, % 7' lik küçük bir kısmın da (2 işletme) tahsilatta eleman kullandığı görülmüştür. Soruya *Diğer* cevabını veren işletmelerden 13 tanesi (% 46) belge ciro ettiklerini, 3 tanesi de (% 11) bankaya verdiklerini ifade etmiştir.

Alacakların kontrolünü yapıyor musunuz sorusuna *Evet* diyenlerin oranı % 21 (6 işletme) olmasına rağmen 23. sorudaki bu amaçla kullandıkları yöntem sorusuna tüm işletmeler cevap vermiştir.

Kredili satışlarda karşılaşılan sorunlara ilişkin cevapların dağılımı şöyledir:

**Tablo 22: ANKETE KATILAN İŞLETMELERİN KREDİLİ SATIŞLARDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA İLİŞKİN DAĞILIM**

SEÇENEKLER	f	%
Müşteri seçimi yapmama	2	7
Müşteri seçiminde yanlışlık	6	21
Kredili satışın vadesini belirlemede anlaşmazlıklar	15	54
Kredili satışın limitini belirlemede anlaşmazlıklar	1	4
Diğer	4	14
TOPLAM	28	100

Diğer seçeneğinde yer alan 4 cevaptan 3 tanesi vade farkı oranı belirlemeyi, birisi de alacakları zamanında ve tam tahsil edememeyi sorun olarak ifade etmiştir.

Ankete katılan işletmelerin alacakların tahsilinde karşılaştıkları sorunlara ilişkin bulgular şöyledir:

**Tablo 23: ANKETE KATILAN İŞLETMELERİN ALACAKLARIN TAHSİLİNDE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA İLİŞKİN DAĞILIM**

SEÇENEKLER	f	%
Müşterilerin kötü niyeti ve geç tahsilat	7	25
Alacakları izleyememe ve kontrol edememe	1	4
Özel tahsilat servisinin olmaması	2	7
Yasal işlemlerin caydırıcılığının olmaması	16	57
Diğer	2	7
TOPLAM	28	100

Tahsilatta karşılaşılan sorunların en önemlisinin yasal işlemlerin caydırıcı olarak görülmemesi oldukça dikkat çekicidir. Diğer seçeneğinde bir işletme piyasada genel durgunluğun olduğu ve paranın olmadığını, hemen hemen bütün işletmelerin para sıkıntısı çektiklerini ifade etmiştir. İkinci işletme ise alacağın tahsilinin gecikmesi nedeniyle kendilerinin de borçlarını zamanında ödeyemediklerini ve sıkıntılar yaşadıklarını ifade etmiştir.

## SONUÇ

Satış hacimlerini ve pazar paylarını artırmak, yoğun rekabet ortamında rakiplerine üstünlük sağlamak veya mevcut müşterilerini kaybetmemek, atıl kapasitede çalışılıyor ise atıl kapasiteden kurtulmak, şişmiş stokları eritmek ve satışları tüm yıla dengeli bir şekilde yaymak gibi değişik amaçlarla firmalar kredili mal satış politikasına başvurabilirler. Bu amaçlarla kredili satış yapma yolunu seçen firmalar için ticari alacaklar doğmuş olur. Özellikle ülkemiz gibi enflasyonun yüksek ve alım gücünün düşük olduğu ülkelerde satıcı firma ve müşteriler için kredili alış-veriş kaçınılmaz olmaktadır. Doğal olarak bu durum satıcı firmaların ticari alacaklarının toplam aktifler içerisindeki paylarını artırmaktadır. Bu artış ta alacak yönetimini veya kredili satış ve tahsilat politikasını daha fazla üzerinde durulması gereken önemli bir noktaya taşımaktadır. Satıcı firma ve müşteriler için en uygun şartları içeren uygulamalarla, kredili satış politikasında firmanın satış hacmini genişletmesi amaçlanırken, likit yapıyı koruma, karlılığı artırma ve doğacak alacakları emniyet altına alma da ihmal edilmemelidir. Tahsilat politikasında ise nakit akışlarının zamanında ve düzenli olarak gerçekleşmesini sağlama amaçlanır. Bu iki politika, en başta alacaklara ayrılan fonların kaynak maliyeti ile alacakların getireceği karlılığı karşılaştırma ve analiz etme gereğini dikkate alacaktır. Yine bu iki politikanın ortak hedefi, maksimum karı getirecek kredili satış hacmine ulaşılmasıdır.

Kredili satış yapan firmalar için bu politikanın taşıyacağı en önemli risk alacakların tahsil edilememe riskidir. Tabii bu arada geç tahsilat ta firma için bir başka risk olmaktadır. Firmalar bu risklerini minimize etmek için müşteri seçimine gereken önemi vermelidir. Kredili satışın vadesi, nakit iskonto oranı ve tahsilat ile ilgili gerekli analizlerin maliyetleri de göz önünde tutulmalıdır. Müşteri seçiminde, müşteri niteliklerini inceleyen ve kredinin 5 K' sı olarak bilinen Karakter, Kapasite, Kapital, Koşullar ve Karşılık dikkatlice değerlendirilmelidir. Ayrıca geleneksel kredi analizi, aşamalı kredi analizi, puanlama yoluyla kredi analizi ve geliştirilebilecek diğer analiz teknikleri de kullanılarak müşteri hakkında edinilen bilgiler doğrultusunda kredili satış yapılacak müşteriler seçilebilir. Müşteri seçiminden sonra politikalara uygun olarak satıcı firmanın kendisi ve müşteri iki taraf olarak dikkate



alınır, yapılacak kredili satışın limiti, tanınacak vade ve varsa özel vade, sunulacak nakit iskonto oranı ve yararlanma süresi belirlenmelidir. Bu bilgiler doğrultusunda müşterinin kredi riski ölçülmeye çalışılır ve müşteri kabul edilebilir risk kategorileri içerisinde bulunur ise kredili satış için olumlu, değilse olumsuz karar verilir. Bu arada firmalar alacaklara bağlanan fonların maliyeti, takip ve tahsilat harcamaları ve alacakların tahsil edilememe riskinden oluşan kredili satışların üç önemli maliyet ögesini de dikkate almalı ve hasılatın bu maliyetleri aşmasına özen göstermelidir.

Müşteri açısından olaya baktığımızda, müşterileri kredili alımlara sevk eden en önemli faktör, nakit yetersizliği ve gelir yaratma imkanının olmayışıdır. Bundan dolayı uygun şartlar sunmak müşterileri cezbeden önemli bir unsur olmaktadır.

Yapılan inceleme ve analizlerden sonra kredili satışa karar verilmiş ise bu karar satıcı firma için bir ticari alacağın doğuşu olacaktır. Bu aşamadan sonra alacakların izlenmesi ve kontrolü önem kazanmaktadır.

Firmalar uyguladıkları kredili satış ve tahsilat politikalarını sürekli gözden geçirmeli, değerlendirmeli, gerek aşırılık gerekse gevşeklik açısından aksayan yönler varsa düzeltici önlemler olarak etkinliği sağlamaya çalışmalı ve politikaları yeniden yapılandırmalıdır. Politikaları değerlendirme konusunda alacakların izlenmesi, rasyoların hesaplanması, alacakların yaşlandırılması, nakit akışlarının izlenmesi ve şüpheli alacakların ayıklanması önem kazanmaktadır.

Kredili satış ve tahsilat politikasında, satıcı firmaların müşterilerde aradıkları özellikleri yüksek tutma, şartları ağırlaştırma, tahsilatta çok katı davranma veya tüm bunların aksi olarak müşteri niteliklerini düşük tutma, şartları gevşetme ve tahsilatta aşırı gevşeklik görülen başlıca hatalardır. Bu hatalar nakit akışlarını bozar, kaynak ihtiyacını artırır ve karlılığı azaltır.

Tüm yatırım kararlarında olduğu gibi kredili satışlardan doğan alacaklarda da fayda-maliyet dengesine dikkat edilmelidir. Alacağın karlılığı kaynak maliyetinden fazla olduğu sürece, kredili satışlara dolayısıyla alacak yatırımına devam edilebilir.

Artan satışların yükleyebileceği finansman sorununu çözmek, finans yöneticisinin en önde gelen görevlerinden birisidir. Ancak satış departmanı çok rahat

bir kredileme sayesinde satışları artırmayı planlamakta ve bu kredilemenin ortaya çıkardığı finansman sorununu finans yöneticisinin önüne getirmekte ise, finans yöneticisinin bu sorunu kredili satış politikasını daraltarak çözmesi de doğal karşılanmalıdır. Çünkü alacaklardaki şişme bir yatırım kararıdır ve her yatırım kararı gibi bu karar da fon kullanımını açısından belirli standartlara uyularak verilmelidir.

Aktifler içerisinde önemli büyüklüğe ulaşan alacakların, firmanın amacını büyük ölçüde etkileyeceği kuşkusuzdur. Öte yandan alacaklar sabit para değerli unsur olduklarından enflasyonist ortamda enflasyonun aşındırıcı etkisine maruz kalır. Alacaklar iyi yönetilmezse, enflasyonun aşındırıcı etkisi ile ve yine enflasyonun servet transferi sağlamada aracı olması sonucunda firmanın gücünün başkalarına transferine neden olur. Enflasyonun parasal varlıkların satın alma gücündeki azaltıcı etkisi nedeniyle doğacak alacakların satın alma gücü kayıpları (enflasyon kaybı) kesinlikle hesaba katılmalıdır. İşletmeler alacaklara tahsis edecekleri fonu yabancı kaynaklarla finanse ettiklerinde ise, borçlar da parasal bir kalem olduğundan yabancı kaynak üzerinden satın alma gücü kazancı meydana gelecektir. Bu durumda elde edilecek satın alma gücü kazancı, yabancı kaynak maliyeti (faizi) ile karşılaştırılmalı ve net yabancı kaynak maliyeti bulunmalıdır.

Enflasyonist dönemlerde alacakların gerçek değerlerindeki düşmeler kendisini daha fazla hissettirecektir. Kredili satışta uygulanacak fiyatın, belirlenen vade başı ve vade sonundaki peşin değeri yani satın alma gücü de mutlaka göz önünde tutulmalıdır. Vadesi geldiğinde tahsil edilecek alacağın satın alma gücü (peşin değeri), kredili satışın yapıldığı andaki satın alma gücünden az olmayacak şekilde vade belirlenmelidir. Bu noktada, açıklanan enflasyon oranlarının güvenilirliği ve enflasyonun geleceği belirsizleştirilmesi nedeniyle gelecekte enflasyon oranının ne olacağının tahmini de kredili satış yapan işletmelerin karşısına çıkan önemli sorunlar olmaktadır. Ancak yine de çeşitli vadelerde tahsil edilecek alacağın peşin değerini bulmada kullanılacak oran, çeşitli vadelere göre ayarlanmış ve riskin etkisini de yansıtacak şekilde belirlenmelidir.

Kredili satış fiyatının vade başı ve sonu satın alma gücünün aynı kalmasını sağlama yani tahsil edildiğinde alacağın satın alma gücünü kaybetmemesini sağlama, işletmelerin enflasyonun etkilerini gidermesi açısından oldukça önemlidir.

Sivas uygulamasında çoğu işletmenin enflasyonun kredili satışlar üzerindeki etkilerini gidermek amacıyla satış fiyatına vade farkı uyguladıkları bulgusuna ulaşılması, işletmelerin olayın ciddiyetinin farkında olduklarını göstermekle birlikte, tahsilatı hızlandırmak ve değersiz alacaklardan kurtulmak için nakit iskontosu uygulamasıyla ilgili bilgi sahibi olmamaları ve önlem almamaları, işletmelerin değersiz alacak zararlarını artırmaktadır.

Kredili satışlarda yaşanan en önemli sorunun kredili satışın vadesi ile ilgili olması, kanaatimizce kredili satış yapan işletmelerin uzun vadeler için daha yüksek fiyat istemeleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu durum da yine enflasyonun etkisini gidermeye yönelik bir önlem olmaktadır.

Tahsilat aşamasında işletmelerin en önemli sorun olarak gördüğü yasal işlemlerin caydırıcı görülmemesi, borç ödemede kötü niyetli müşterilerin sayılarını da artırmaktadır. Geç tahsilatın bir sonucu olarak işletmelerin borçlarını da zamanında ödeyememeleri ticari ahlakı ve yaşamı da olumsuz yönde etkilemektedir. Bu noktada devlete düşen görev, geç ödeme veya hiç ödememeye karşı yasal işlemlerin süratle sonuçlanmasını ve caydırıcı cezaların uygulanmasını sağlayacak şekilde gerekli düzenleme ve iyileştirmeleri yapmaktır.

### YARARLANILAN KAYNAKLAR

- ADAM, J.H.: **Inflation, Longman Dictinory of Business English, Longman Group Limited, Glasgow, 1982.**
- AGMON, Tamir: **Inflation, Disinflation and Corporate Financial Decisions, Tel Aviv, 1988.**
- AKDOĞAN, Nalan, A.Hamdi: **Muhasebe Teorileri, Gazi Üniversitesi Yayın No:98, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1987.**
- AKDOĞAN, Nalan, T.Nejat: **Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri, 4. Bası, Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Matbaası, Ankara, 1992.**
- AKGÜÇ, Öztin : **“Enflasyon ve İşletme Sermayesi Finansmanı”, Enflasyonda Sevk ve İdare Semineri Notları, Türk Sevk ve İdare Derneği Yayını, İstanbul, 1975.**
- AKGÜÇ, Öztin : **Finansal Yönetim, İstanbul Üniversitesi Muhasebe Enstitüsü Yayın No:56, 5. Baskı, Avcıol Matbaası, İstanbul, 1989.**
- AKGÜÇ, Öztin : **Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi, 5. Bası, Avcıol Basım Yayın, İstanbul, 1991.**
- AKSOY, Ahmet: **İşletme Sermayesi Yönetimi, Özkan Matbaacılık, Ankara, 1993.**
- ARIKAN, Türkan : **"Alacakların Yönetimi II", Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, C. 11, Sayı 11, Kasım, 1974.**
- ASCH, David and K. G. Roland: **Financial Planning: Modelling Methods and Techniques, Kogan Page Limited, London, 1990.**
- ATAMAN, Ümit, S.Haluk: **Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi, 3. Baskı, İsmail Akgün Vakfı Yayın No:4, İstanbul, 1988.**
- AYDIN, Nurhan: **“Kredi Kartları ve Kredi Kartlarında Faiz Masraflarının Hesaplanması”, Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, C.IX, S.1-2, 1991.**
- BAĞIRKAN, Şemsettin: **İstatistiğe Giriş, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1987.**
- BARTELS, Robert: **Marketing Managers and Credit Administration, Handbook of Modern Marketing, Mc-Graw Hill Book Company, New York, 1970.**
- BEN-HORIM, Moshe and L. Haim: **“Management of Accounts Receivable Under Inflation”, Financial Management, Vol:12, No:1, Spring 1983.**

- BERK, Niyazi: **Finansal Yönetim**, 2. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1995.
- BIERMAN, Harold: **Financial Management and Inflation**, New Yart, 1981.
- BÜKER, Semih: **Finansal Yönetim**, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir, 1986.
- CEYLAN, Ali: **İşletmelerde Finansal Yönetim**, 5. Baskı, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 1998.
- CHAPIN, F. Albert, H.E.George: **Credit and Collection Principles and Practice**, Sixth Edition, Mc-Graw Hill Book Company Inc., New York, 1960.
- COLLINS, Wallance B.: "Charging Interest on Accounts Receivable", **Journal of Accountancy**, June 1987.
- ÇÖLOĞLU, Halit: **Enflasyon ve Getirdikleri**, Kutsun Yayınevi, İstanbul, 1979.
- DAVIDSON, S. WEIL, R.L.: **The Conference Board, Managing Trade Receivables, Handbook of Modern Accounting**, Second Addition, Mc-Graw Hill Book Company Inc., New York, 1977.
- DEMİRCİ, Rasih, A.Rauf,E.Burhan İ.: **Genel Ekonomi**,Gazi Üniversitesi, Ankara, 1992,
- DOĞU, Türker: **Enflasyon ve Ücretler**, Mülkiyeliler Birliği Dergisi, Sayı:60-61, 1980.
- DURMUŞ, Ahmet Hayri: **Mali Tablolar Tahlili**, Nihad Sayar-Yayın ve Yardım Vakfı Yayınları No: 410-644, İstanbul, 1986.
- EKEN, M.Hasan: **Enflasyonun Bankacılık Üzerine Etkilerinin Risk ve Karlılık Açısından Değerlendirilmesi**, Türkiye Bankalar Birliği Yayını, No:187, Ankara, 1994.
- ERCAN M.Kamil: **Stok Değerleme ve Yönetimi**, MPM Yayını, Ankara, 1994.
- ERDOĞAN, Muammer: **İşletme Finansmanı**, Dicle Üniversitesi Diyarbakır Meslek Yüksekokulu, Dicle Üniversitesi Matbaası, Diyarbakır, 1990.
- ERGİNAY, Arif: **Kamu Maliyesi**, 11. Baskı, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara, 1985.
- ERKAN, Mehmet: **Enflasyonist Ortamda İşletmelerin Ticari Kredi Yönetimi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No:380, Eskişehir, 1990.
- ERTUNA, Özer: "Enflasyon Ortamında İşletmelerdeki Üretim, Fiyat, Stok, Pazarlama ve Ücret Politikaları", **Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi (Sempozyum)**, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mü-Ka Matbaacılık, İstanbul, 1990.

- ETTINGER, R.P. and GOLIEB, D.E.: **Credit and Collection**, Prentice-Hall. Inc., New Jersey, 1962.
- FIRTH, Michael: **Management of Working Capital**, The McMillan Press. Ltd. London, 1976.
- GERNİ, Cevat: **Dış Ticaretin Finansmanı**, TOBB Yayın No:139, Ankara, 1990.
- GILES, R.S. and CAPEL, J.W.: **Financial and Accounting**, Hong-Kong, 1991.
- GÖNENLİ, Atilla : **İşletmelerde Finansal Yönetim**, 6. Bası, İstanbul Üniversitesi Yayın No:3463, İstanbul, 1988.
- GÜRDAL, Ruhi: "Kredili (Taksitli) Satışlar ve Faiz-Peşinat Dengesine Analitik Bir Yaklaşım", **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Yıl:2, Sayı:8, Mart/Nisan 1988.
- GÜVEMLİ, Oktay: "Alacakların Yönetimi", **İktisat ve Maliye Dergisi**, C. XXV, S.11, Şubat 1979.
- HARRISON, D.David, H.H.William: "Measuring The Impact of Inflation on Working Capital", **Harward Business Review**, January-February, 1983.
- HATİPOĞLU, Zeyyat: **İşletme Finansı**, Temel Araştırma A.Ş. Yayın No: 6, Met/Er Matbaası, İstanbul, 1986.
- HATİPOĞLU, Zeyyat: **Ayrıntılı İşletme Finansı**, Lebib Yalkın Yay., İstanbul, 1995.
- İSOAT, **Sanayide Fon Akımı ve Finans Yollarındaki Değişmeler**, Yayın no: 1984/16, İstanbul, 1984.
- İMREGÜN, Oğuz: **Kara Ticareti Hukuku Dersleri**, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1993.
- KOSOVA, Nail: "Kredi Limitleri", **Ticaretliler Dergisi**, S.4, Ağustos 1971.
- KÖKSAL, Bilge Aloba: **İstatistik Analiz Metodları**, 2. Baskı, Çağlayan Basımevi, İstanbul, 1980.
- LOESER, David: "Improving Accounts Receivable Management", **Journal of Accountancy**, November 1988.
- MARRAH, L.George: "Managing Receivables", **Financial Executive**, Vol:38, July 1970.
- MEHTA, Dileep: "The Formulation of Credit Policy Models", **Management Science**, Vol:15, No:2, October 1968.

- MORGİL, Orhan: “Enflasyonun İşletmeler Üzerindeki Kısa ve Uzun Dönemli Etkileri”, **Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi (Sempozyum)**, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mü-Ka Matbaacılık, İstanbul, 1990.
- MÜTLÜ, Ayşegül: “Türkiye’ de Enflasyon Olgusu ve Enflasyonun Gelir Vergisi Üzerindeki Etkileri”, **Yaklaşım Dergisi**, Yıl:2, Sayı:21, Eylül 1994.
- NALÇACI, Münevver : **Alacak Yönetiminde Muhasebe Politikasının Belirlenmesi ve Uygulanması**, T.C. Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Yayın No:145, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir, 1986.
- OĞUZOĞLU, A.Çetin: **Açıklamalı-İçtihatlı Uygulamada Çek ve Bono**, Temel Yayınevi, İstanbul, 1986.
- OKKA, Osman: “Enflasyonun Sermaye Bütçelemesi Üzerine Etkisi”, **Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, C.4, S.3-4, Kasım 1980.
- OLALI, Hasan, U.Öcal: **İşletme Finansmanı ve Finansal Yönetim**, Öğrenci Basımevi, İzmir, 1985.
- OLSEN, Rob: “Measuring The Credit Department Performance”, **Business Credit**, Vol:96, February 1994.
- ÖNAL, Yıldırım Beyazıt: “Tüketici Kredilendirme, Müşteri Kredi Değerliliğinin Belirlenmesi”, **Pazarlama Dünyası Dergisi**, Yıl:7, Sayı:41, Eylül/Ekim 1989.
- ÖZAL, Özcan, Y.Oya, T. Nergis: **Muhasebe, İlkeler ve Uygulamalar**, Altındağ Matbaacılık, İzmir, 1994.
- ÖZSUNAY, Ergun: **Tüketici Kredileri ve Batı Ülkelerindeki Uygulamalar (Panel)**, İTO Yay., İstanbul, 1992.
- PEKER, Alparslan: “Fiyat Hareketlerinin Firma Yönetim Faaliyetleri Üzerine Etkileri”, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, C.3, S.1, Nisan 1974.
- PEKİN, Tevfik: **Ekonomiye Giriş**, Bilgehan Matbaası, İzmir, 1991.
- PEKİN, Tevfik: **Makro Ekonomi**, Bilgehan Basımevi, İzmir, 1993.
- PEKİNER, Kamuran: **İşletme Denetimi (İşletme Analizleri)**, İstanbul Üniversitesi Yayın No: 2704, Muhasebe Enstitüsü Yayın No: 37, Sermet Matbaası, İstanbul, 1980.
- POROY,Reha, T. Ünal: **Kıymetli Evrak Hukuku Esasları**, Beta Basın Yayın A.Ş., İstanbul, 1995.
- POSNER, Martin: **Successful Credit Control**, Mc.Millan Publihing, London, 1990.

- ROSE, S. Peter: **Money and Capital Markets**, Business Publications, Texas, 1983.
- SCHALL, D. Lawrence, H.W. Charles: **Introduction to Financial Management**, Mc-Graw Hill, New York, 1991.
- SEDEF, Cengiz Aykut: "Nakit Yönetimi ve Nakit Yönetim Modelleri", **Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, S.4, Mayıs 1983.
- SHOPIRO, C. Alan: **Modern Corporate Finance**, Mc-Millan Publishing Company, New York, 1990.
- SEVAL, Belkıs: **Kredilendirme Süreci ve Kredi Yönetimi**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Muhasebe Enstitüsü Yayın No: 59, Avcıol Matbaası, İstanbul, 1990.
- SEYİDOĞLU, Halil: **Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük**, Güzem Yay., Ankara, 1992.
- ŞENLİK, Ergun: "Enflasyon Ortamında İşletmelerdeki Üretim, Fiyat, Stok, Pazarlama ve Ücret Politikaları", **Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi (Sempozyum)**, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mü-Ka Matbaacılık, İstanbul, 1990.
- TEK, Ö. Baybars: **Pazarlama İlkeler ve Uygulamalar**, MOPAK Yayınları, İzmir, 1990.
- TEKBAŞ, M.Şükrü: "Sermaye Piyasası", **Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi**, S.1, Ocak 1985.
- TEKOK, Osman: **Finansal Yönetim**, Gazi Üniversitesi Yayın No:58, İ.İ.B.F. Yayın No: 32, Basın yayın Yüksekokulu Matbaası, Ankara, 1985.
- TOSUN, Kemal: **Yönetim ve İşletme Politikası**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayın No: 232, İşletme İktisadı Yayın No: 125, İstanbul, 1990.
- TUNA, Ergun: **Ticaret Hukuku Prensipleri-Kıymetli Evrak**, Marmara Üniversitesi Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı No: 423-666, İstanbul, 1989.
- TUNCER, Selahattin: "Enflasyonun İşletmeler Üzerindeki Kısa ve Uzun Dönemli Etkileri", **Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi (Sempozyum)**, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mü-Ka Matbaacılık, İstanbul, 1990.
- TURANLI, Münevver; G.Selahattin; A.Aydın: **İstatistik, Temel Kavramlar ve Uygulamalar**, 2. Basım, Der Yayınları, İstanbul, 1995.



- TURKO, R.Metin: **Finansal Yönetim I**, Atatürk Üniversitesi Yayın No:765, Erzurum, 1994.
- TÜRK, İsmail : **Maliye Politikası, Amaçlar-Araçlar ve Çağdaş Bütçe Teorileri**, Beşinci Baskı, S Yayınları, Ankara, 1983.
- UMAN, Nuri: **Enflasyon Muhasebesi-Fiyatlar Genel Seviyesi Muhasebesi, Teori-Uygulama**, Boğaziçi Üniversitesi Yayın No:155, İstanbul, 1979.
- UNKAYA, Gülümser: “Alacakların Finansal Yönetimi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, C.7, S.1, İzmir, 1992.
- WESTON, J.Fred, B.F. Eugene: **Essentials of Managerial Finance**, Third Edition, The Dryden Press, New York, 1974.
- WRICHTMAN, D. Wayne (Çev:Evcan KIZILOĞLU): “Alacakları Hesapları İçin Optimal Kredi Vadeleri”, **Atatürk Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, C.5, No:3/4, 1982.
- YAVRUCU, Ayhan: “Enflasyon Ortamında İşletmelerdeki Üretim, Fiyat, Stok, Pazarlama ve Ücret Politikaları”, **Enflasyon Muhasebesi-Enflasyon Ortamında İşletme Politikaları, Vergilendirme ve Enflasyon Muhasebesi (Sempozyum)**, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı Yayını, Mü-Ka Matbaacılık, İstanbul, 1990.

## Ek: ANKET FORMU

Sayın İşletme Yetkilisi,

Enflasyonun tüm kesimleri etkilediği ülkemizde işletmeler, faaliyetlerini sürdürebilmek için kredili satışlara yönelmektedir. Vazgeçilmez hale gelen kredili satışlarda yaşanan zorluk ve sorunlar, konuya oldukça önem kazandırmıştır.

Sivas' taki işletmelerin kredili satışlardan ne ölçüde yararlandıklarını, kredili satış yapılacak müşterilerin dikkat ettikleri noktaları, nakit iskontosu ve vade farkı uygulamalarını hangi ölçülerde kullandıklarını ve tahsilat aşamasında karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla Sivas' ta faaliyet gösteren işletmelere yönelik olarak düzenlenmiş olan bu anket "Enflasyonist Ortamda Alacakların Yönetimi (Kredili Satış ve Tahsilat) ve Sivas' ta Bir Uygulama" konulu yüksek lisans tezinde veri olarak kullanılacaktır. Ankete vereceğiniz cevapların gizli tutulacağını bildirerek bu araştırmamıza temel olacak görüşlerinizi anket formunda isim ve unvan belirtmeden formun gönderilen zarfla birlikte adresimize iadesini sağlamak üzere ilgi ve katkılarınıza şimdiden teşekkür ederiz.

1- İşletmenizin yıllık satış tutarı nedir?

Toplam Satış: ..... , Kredili Satış: .....

2- Kredili satışların işletmeye ayrıca bir maliyet getireceğine katılıyor musunuz?

( ) Tamamen katılıyorum ( ) Tamamen katılmıyorum  
( ) Katılıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Tarafsızım

3- Enflasyonun kredili satışların maliyetini artıracığına katılıyor musunuz?

( ) Tamamen katılıyorum ( ) Tamamen katılmıyorum  
( ) Katılıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Tarafsızım

4- Kredili satış için ilk kez müracaat eden müşterilerinizin borç ödeme yeterlilik ve borç ödeme niyetleri hakkında bir araştırma ve değerlendirme yapmakta mısınız?

( ) Evet ( ) Hayır

5- Kredili satış yaparken kredi limiti (yapılacak kredili satış tutarı) ile ilgili müşteri hakkında bir değerlendirme yapmakta mısınız?

( ) Evet ( ) Hayır

6- Kredili satışlarda enflasyonun etkilerini giderici önlemler alıyor musunuz?

( ) Evet ( ) Hayır

7- (6. Soruya cevabınız olumlu ise) Bu önlem hangisidir?

- Müşteri seçiminde titizlik  
 Peşin satışları özendirmek için fiyat indirimi uygulaması  
 Vade farkı uygulaması  
 Tahsilatı hızlandırmak için nakit iskonto uygulaması  
 Diğer

(Belirtiniz);

.....

.....

8- Kredili satışlarda nakit iskonto oranı uyguluyor musunuz?

- Evet  Hayır

9- (8. Soruya cevabınız evet ise) Nakit iskonto oranını belirlerken hangisine dikkat edersiniz?

- Enflasyon oranı  
 Banka faiz oranı  
 Daha az kar  
 Rakiplerin uygulamaları  
 Diğer

(Belirtiniz);

.....

.....

10- Enflasyon ortamında nakit iskonto oranındaki artışın, uygulanan vade farkı oranını da artıracığına katılıyor musunuz?

- Tamamen katılıyorum  Tamamen katılmıyorum  
 Katılıyorum  Katılmıyorum  Tarafsızım

11- Kredili satış yaptığınız müşterilerinize nakit iskontosu uygulamanın, tahsilatı hızlandırdığına katılıyor musunuz?

- Tamamen katılıyorum  Tamamen katılmıyorum  
 Katılıyorum  Katılmıyorum  Tarafsızım

12- Nakit iskontosu uygulamasının, tahsil edilemeyen alacak tutarını azaltacağına katılıyor musunuz?

- Tamamen katılıyorum  Tamamen katılmıyorum  
 Katılıyorum  Katılmıyorum  Tarafsızım

13- Nakit iskontosu uygulamasının, peşin satışları artıracığına katılıyor musunuz?

- Tamamen katılıyorum  Tamamen katılmıyorum  
 Katılıyorum  Katılmıyorum  Tarafsızım

14- Nakit iskontosu uygulamasının, karlılığı artıracığına katılıyor musunuz?

- Tamamen katılıyorum  Tamamen katılmıyorum  
 Katılıyorum  Katılmıyorum  Tarafsızım

15- Nakit iskontosu uygulamasının, nakit akışını artıracağına katılıyor musunuz?

- ( ) Tamamen katılıyorum ( ) Tamamen katılmıyorum  
( ) Katılıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Tarafsızım

16- Enflasyonun, kredili satışlarda vadenin daha da uzatılmasına neden olduğuna katılıyor musunuz?

- ( ) Tamamen katılıyorum ( ) Tamamen katılmıyorum  
( ) Katılıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Tarafsızım

17- Enflasyon ortamında kredili satışlarda uzun vade tanımının karda artışa neden olacağına katılıyor musunuz?

- ( ) Tamamen katılıyorum ( ) Tamamen katılmıyorum  
( ) Katılıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Tarafsızım

18- Enflasyon ortamında kredili satışlarda uzun vade tanımının tahsil edilemeyen alacakları artıracağına katılıyor musunuz?

- ( ) Tamamen katılıyorum ( ) Tamamen katılmıyorum  
( ) Katılıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Tarafsızım

19- Enflasyon ortamında kredili satışlarda uzun vade tanımının satış miktarını artıracağına katılıyor musunuz?

- ( ) Tamamen katılıyorum ( ) Tamamen katılmıyorum  
( ) Katılıyorum ( ) Katılmıyorum ( ) Tarafsızım

20- Tahsilatı hızlandırmak için neler yapmaktasınız?

- ( ) Müşterileri uyarma  
( ) Müşterileri ziyaret  
( ) Nakit iskonto uygulaması  
( ) Diğer

(Belirtiniz);

.....  
.....

21- Tahsilat yöntemi olarak hangi yöntemi kullanıyorsunuz?

- ( ) İşyerinde tahsilat  
( ) Eleman göndererek tahsilat  
( ) Mektup, telefon vb. yollarla tahsilat  
( ) Diğer

(Belirtiniz);

.....  
.....

22- Alacakların kontrolünü yapıyor musunuz?

- ( ) Evet ( ) Hayır

23- Alacakların kontrolünde hangi yöntemi kullanıyorsunuz?

- Oran yoluyla kontrol  
 Alacakları yaşlandırarak (gecikmelere göre sınıflandırarak) kontrol  
 Nakit akışlarını izleyerek kontrol  
 Şüpheli alacakları ayıklayarak kontrol  
 Diğer

(Belirtiniz);

.....  
.....

24- Kredili satış işlemlerinde hangi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

- Müşteri seçimi yapmama  
 Müşteri seçiminde yanlış karar verme  
 Kredili satış vadesini belirlemede anlaşmazlık  
 Kredili satış limitini belirlemede anlaşmazlık  
 Diğer

(Belirtiniz);

.....  
.....

25- Alacakların tahsilinde hangi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?

- Müşterinin kötü niyeti ve geç tahsilat  
 Alacakları izleyememe ve kontrol edememe  
 Özel tahsilat servisinin olmaması  
 Yasal işlemlerin caydırıcılığının olmaması  
 Diğer

(Belirtiniz);

.....  
.....

Abdullah ÇAKIR  
Cumhuriyet Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü  
Muhasebe-Finansman Yüksek Lisans Öğrencisi