

160565

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ \* SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

İŞLETME PROGRAMI

TİCARİ ALACAKLARIN YÖNETİMİ

VE Z PUANI MODELİ ÜZERİNE

BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

M. Esra ATUKALP

TEMMUZ - 2005

TRABZON

**KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ \* SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İŞLETME ANABİLİM DALI**

**İŞLETME PROGRAMI**

**TİCARİ ALACAKLARIN YÖNETİMİ**

**VE Z PUANI MODELİ ÜZERİNE**

**BİR UYGULAMA**

**M. Esra ATUKALP**

**Karadeniz Teknik Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce**

**Bilim Uzmanı (İşletme)**

**Unvanı Verilmesi İçin Kabul Edilen Tez'dir.**

**Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 27.07.2005**

**Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 26.08.2005**

**Tezin Danışmanı : Prof. Dr. Hüseyin DAĞLI**

**Jüri Üyesi : Prof. Dr. Mustafa EMİR**

**Jüri Üyesi : Prof. Dr. Hasan ÖZYURT**

**Enstitü Müdürü : Prof. Dr. Osman PEHLİVAN**

**Temmuz - 2005**

**TRABZON**

## 0. SUNUŞ

### 00. Önsöz

İşletmeler pazarladıkları mal ve hizmetlerle müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılarken, kârlarını maksimum kılma çabası içinde faaliyet göstermektedirler. Piyasalarda hüküm süren rekabet işletmelere, rekabete ayak uydurdukları sürece varolabilecekleri ve satışlarının, pazar paylarının artırılması, finansal güçlüklerden korunulması gibi gayelerin gerçekleştirilebileceği bir ortam hazırlamaktadır. Bu nedenle müşterilere cazip gelebilecek satış yöntemleri uygulanarak daha fazla müşteri kitlesine ulaşılması ve mevcut müşterilerle varolan ilişkilerin güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu yöntemlerden bir tanesi de müşterilere satışın kredili olarak yapılmasını öngören, ticari kredi uygulamalarıdır.

İşletmelerin üzerinde önemle durmaları gereken kredili satışlar sonucu oluşan alacak hesaplarının etkin yönetimi esnasında, müşteriye yapılacak kredili satışın vadesi, limiti, tahsil imkanları ve benzeri bir takım konular dikkatle ele alınmalıdır. Her müşteriye kredili satış yapılması mümkün olmayabilir. Bu nedenle analiz teknikleri kullanılarak, kredi talebinde bulunan müşterilerin kredili satış için uygunluğunun tespiti yapılmalıdır.

Bu çalışmada, alacak kavramı ve alacak yönetim süreci konuları ayrıntılı bir şekilde ele alınmış, ayrıca rasyolar yardımıyla tespit edilen finansal güçlüğün gerçekleşme olasılığı doğrultusunda kredili satış kararının analiz edildiği Z Puanı Modeli üzerinde, uygulama çalışması da yapılarak durulmuştur.

Çalışma konusunun belirlenmesinde ve hazırlanmasında yol gösterici tavırlarıyla yardımlarını esirgemeyerek destek olan tez danışmanım sayın hocam Prof. Dr. Hüseyin DAĞLI'ya katkılarından dolayı teşekkür eder, saygılarımı sunarım. Ayrıca çalışmam sırasında benden esirgemedikleri yardım ve özverilerinden dolayı anneme, babama ve kardeşime teşekkür ederim.

## 01. İçindekiler

Sayfa Nr.

0. SUNUŞ .....	III
00 Önsöz .....	III
01 İçindekiler .....	IV
02 Özet .....	IX
03 Summary .....	X
04 Tablolar Listesi.....	XI
05 Şekiller Listesi.....	XII

GİRİŞ.....	1-2
------------	-----

### BİRİNCİ BÖLÜM

1 ALACAK KAVRAMI ve İŞLETMELERDE ALACAK YÖNETİMİ.....	3-40
10 Alacak ve Kredi Tanımı .....	3
11 Ticari Kredinin Özellikleri.....	6
12 Kredinin İşletmelere Katkısı .....	7
13 Alacakların Sınıflandırılması .....	8
130 Ticari Durumlarına Göre Alacaklar .....	8
1300 Ticari Alacaklar .....	8
1301 Diğer Alacaklar.....	9
131 Hukuki Bir Belgeye Bağlılığına Göre Alacaklar .....	10
1310 Senetsiz Alacaklar .....	10
1311 Senetli Alacaklar.....	11
132 Tahsil Edilme Sürelerine Göre Alacaklar .....	11
1320 Kısa Vadeli Alacaklar.....	11
1321 Uzun Vadeli Alacaklar .....	12

133 Uygulanan Para Cinsine Göre Alacaklar .....	12
1330 Milli Para Cinsinden Alacaklar .....	12
1331 Yabancı Para Cinsinden Alacaklar .....	13
134 Hukuki Durumlarına Göre Alacaklar .....	13
1340 Henüz Vadesi Gelmemiş Alacaklar .....	13
1341 Tahsildeki Alacaklar .....	13
1342 Teminata Verilen Alacaklar .....	14
1343 İskonto Ettirilen Alacaklar .....	14
1344 Protestolu Alacaklar .....	15
1345 Takipteki Alacaklar .....	15
1346 Şüpheli Alacaklar .....	15
1347 Değersiz Alacaklar .....	16
135 Tahsil Edilebilme Olasılığı Bakımından Alacaklar .....	16
14 Alacaklara Yapılan Yatırım Tutarını Etkileyen Faktörler .....	17
140 Kontrol Edilebilen Faktörler .....	18
1400 Satış Hacmi .....	18
1401 Kredili Satış Şartları ve Kredi Politikası .....	18
1402 Alacak Tahsilatında Etkinlik ve Tahsilat Politikası .....	19
1403 Müşterilerin Nitelikleri ve Kredi Limitleri .....	20
1404 Fabrika İşletmeciliği ve Büro Hizmetlerinde Sağlanan Etkinlik .....	20
1405 Müşterilerin Finanse Edilme İmkanları .....	21
141 Kontrol Edilemeyen Faktörler .....	21
1410 Satılan Mal ve Hizmetlerin Özelliği .....	21
1411 İşletmelerin Büyüklüğü .....	22
1412 Ekonominin Durumu .....	22
1413 Rekabet Durumu .....	23
1414 Satışlardaki Mevsimlik Değişmeler .....	23
1415 Mevzuatın Getirdiği Sınırlamalar .....	24
1416 Endüstrideki Örf ve Adetler .....	24
1417 Alacak Senetlerinin Kullanım Derecesi .....	24
15 İşletmelerde Alacak Yönetimi .....	25
150 Alacakların Toplam Varlıklar İçindeki Önemi .....	27
151 Alacak Yönetiminin Temel Amaçları .....	29

1510 Likiditeyi Korumak .....	29
1511 Alacaklara Yapılan Yatırımı Emniyet Altına Almak .....	30
1512 İşletmenin Kârını Artırmak .....	32
15120 Şüpheli Alacakları Azaltarak Kârı Artırmak .....	33
15121 Borçluların Sayısını Değiştirmek Yoluyla Kârı Artırmak.....	33
15122 Satış Seviyesini Çoğaltarak Kârı Artırmak.....	34
15123 Alacakları Tahsil Etmek İçin Katlanılan Masrafları Azaltarak Kârı Artırmak.....	34
152 İşletmelerde Kredi Fonksiyonunun Yeri.....	35
1520 Satış - Pazarlama Bölümüne Bağlı Kredi Bölümü .....	36
1521 Muhasebe - Finans Bölümüne Bağlı Kredi Bölümü .....	36
1522 Bağımsız Bir Bölüm Olarak Kredi Bölümü .....	37
153 Kredi Maliyetleri.....	38
1530 Sermaye Maliyeti.....	38
1531 Ödemelerin Gecikmesinden Kaynaklanan Maliyetler.....	39
1532 Batık Kredi Maliyeti.....	40
1533 Yönetim Maliyetleri .....	40

## İKİNCİ BÖLÜM

2 ALACAK YÖNETİM SÜRECİ.....	41-126
20 Kredi Politikasının Oluşturulması.....	41
200 Kabul Edilebilir Riskin Belirlenmesi .....	44
201 Kredi Standartları .....	45
202 Satış Koşullarının Belirlenmesi .....	49
2020 Uygun Kredi Vadesinin Tespiti.....	51
2021 Uygun Nakit İskontosunun Belirlenmesi .....	62
203 Kredi Anlaşmaları .....	69
2030 Açık Hesap .....	69
2031 Çek, Bono, Poliçe .....	69
204 Tahsilat Politikasının Oluşturulması.....	73
2040 Hesap Özeti Gönderilmesi.....	81
2041 Mektupla Tahsilat.....	81

2042 Telefonla Tahsilat.....	82
2043 Kişisel Ziyaret Vasıtasıyla Tahsilat.....	83
2044 Tahsilat Şirketleri Vasıtasıyla Tahsilat.....	83
2045 Yasal İşlem Yapılması.....	83
21 Kredi Taleplerinin Analizi .....	84
210 Müşteriden Kredi Teklifinin Alınması.....	84
211 Müşterinin Kredi Değerliliğinin Analizi.....	84
2110 Müşteri Hakkında Bilgi Edinilmesi.....	84
21100 Kalitatif ve Kantitatif Bilgi Kaynakları .....	85
211000 Kalitatif Bilgi Kaynakları .....	85
211001 Kantitatif Bilgi Kaynakları .....	86
2110010 Finansal Tablolar.....	87
21100100 Gelir Tablosu.....	87
21100101 Bilanço.....	87
21100102 Proforma Finansal Tablolar.....	88
2110011 Yönetim Raporları.....	88
2110012 Mukayeseli Bilgiler .....	89
21100120 Firma İçi Karşılaştırmalar.....	89
21100121 Firmalar Arası Karşılaştırmalar ..	90
2110013 Resmi Makamlara Verilen Hesap Durumları	90
21101 Dolaysız ve Dolaylı Bilgi Kaynakları.....	90
211010 Dolaysız Bilgi Kaynakları .....	91
211011 Dolaylı Bilgi Kaynakları .....	93
2111 Kredi Riskinin Göstergeleri.....	96
22 Müşteriye Kredi Açma Kararının Verilmesi.....	99
220 Kabul ve Ret Kararlarının Kâr-Maliyet Analizi .....	100
221 Ödememe Olasılığı Açısından Kredi Kararının Verilmesi .....	101
222 Kredi Açma Kararı Verilirken Kullanılan Analiz Yöntemleri.....	104
2220 Geleneksel Kredi Analizi.....	104
2221 Aşamalı Kredi Analizi.....	105
2222 Puanlama Yoluyla Kredi Analizi.....	107
223 Kredi Limitinin Belirlenmesi.....	112
23 Alacakların İzlenmesi.....	114

230 Finansal Oranlar .....	114
231 Alacakların Yaş Çizelgesi .....	116
232 Şüpheli Alacakların Belirlenmesi .....	117
2320 Şüpheli Alacakların Tahmininde Kullanılan Klasik Yöntemler .....	118
23200 Alacak Hesaplarının Tek Tek Değerlendirilmesi .....	118
23201 Alacak Hesaplarının Genel Değerlemesi .....	119
232010 Satışları Esas Alan Yöntemler .....	119
2320100 Net Satışların Bir Yüzdesi Yöntemi .....	119
2320101 Net Kredili Satışların Bir Yüzdesi Yöntemi .....	119
232011 Alacak Kalanını Esas Alan Yöntemler .....	120
2320110 Alacakların Bir Yüzdesi Yöntemi .....	120
2320111 Alacakların Bir Yüzdesine Göre Karşılık Artırımı Yöntemi .....	120
232012 Alacakların Yaşlanma Durumlarını Esas Alan Yöntemler .....	121
2320120 Alacakların Yaşlandırılması .....	121
2320121 Yaşlandırılmış Hesap Bakiyelerine Göre Karşılık Ayrımı .....	122
2321 Şüpheli Alacakların Markov Zincirleri İle Tahmini .....	122
24 Kredi Politikasının Değiştirilmesi .....	122

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3 Z PUANI MODELİ VE İMALAT SANAYİİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA	127-139
4 SONUÇ VE ÖNERİLER .....	140-143
YARARLANILAN KAYNAKLAR .....	144-150
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	



## 02. Özet

Günümüzde birçok işletme, başta rekabet olmak üzere, bir takım nedenlerden dolayı satışlarının bir kısmını vadeli yapmaktadır. Mal ve hizmet satışının vadeli yapılması sonucu meydana gelen ticari alacak; kredili satışların artması ile birlikte, işletmenin varlıkları içinde önemli bir yere sahip olacaktır.

İşletmelerin kârlılık ve likidite gibi amaçlarına ulaşabilmesi, varlıkların etkin bir biçimde yönetilmesini gerekli kılmaktadır. İşletmeler alacakların yönetiminde şu aşamaları izleyerek etkinlik sağlamalıdır: Kredi politikası ve tahsilat politikasının oluşturulması, alınan kredili satış teklifleri doğrultusunda kredi taleplerinin analizi, belirlenen limit dahilinde kredili satışların idare edilmesi ve alacakların izlenmesi.

Bu çalışmanın amacı; müşteriye kredili satış yapılması, ya da yapılmaması kararı verilirken kullanılan analiz tekniklerden biri olan ve Edward I Altman tarafından geliştirilen Z Puanı Modeli'nin imalat sanayiine uygulanarak, ele alınan 2001, 2002, 2003 yıllarında sanayii için verilecek kredili satış kararının analiz edilmesidir.

Çalışmadan elde edilen sonuca göre; sanayiinin finansal güçlüğünün gerçekleşme olasılığını ifade eden Z Puanı, kredili satış yapma konusunda belirsizlik içinde kaldığını göstermektedir. Nitekim ülke ekonomisinin iyi seyir göstermediği, birçok işletmenin faaliyetlerini durdurduğu, birçoğunun ise işçi çıkardığı 2001 yılında sanayii kesiminde zarar gerçekleşmiştir. Buna karşın, gerek daha sonraki yıllarda sanayiinin ekonomi ile birlikte düzelme eğilimine girmesi ve gerekse modeldeki rasyolar ele alındığında, sanayiinin olumlu yönde gelişme göstermesi, kredili satış karar sürecinde pozitif veriler olarak düşünüldüğünde, imalat sanayiine kredili satış yapılması uygun görülebilmektedir.

### 03. Summary

Today many companies carry out some of their sales within a specified length of time for some reasons, competition is to be first of them. Trade credits which result in for the sales of goods and services with credit sales, holds considerable position within the assets of companies.

The companies have to manage their assets effectively, in order to reach their goals such as yielding profit and liquidity. The companies must provide for effectiveness in management of receivable by tracking of that phases: Creating credit and collection policy, analyzing credit demands in accordance with credit sales demand, conducting credit sales within the limit specified and checking of receivables.

The aim of this study is to analyse credit sales decisions for manufacturing industry that is selected for 2001-2002-2003 years by applying Z Point Model, that is one of the analyses techniques used in deciding to make credit sales or not and that is developed by Edward I Altman.

According to result of this study, Z point that express the occurrence possibility of financial strength, shows that there is an uncertainty concerning credit sales. Likewise, manufacturing industry made loss in the year 2001 in which country's economy showed no progress at all and several of firms had to stop producing activities and most of them lay workers off. In spite of that, both industry having a tendency towards getting better in further years together with economy and industry registering progress, when the ratios in the model are concerned, is considered as affirmative data in credit sales decision process, making credit sales to manufacturing industry is found acceptable.

#### 04. Tablolar Listesi

<u>Tablo Nr</u>	<u>Tablonun Adı</u>	<u>Sayfa Nr</u>
1	Kredi Kararının Altı Alternatif Sonucu.....	26
2	Ticari Alacakların Dönen Varlık ve Aktif Toplamı İçindeki Miktarı .....	28
3	Yıllar İtibariyle Protesto Edilen Senetler .....	31
4	Kredi Değerlilikleri Açısından Müşteri Sınıfları .....	44
5	Kredi Standartları Değişkenlerindeki Artışın Kâr Üzerine Etkisi.....	48
6	Farklı Vadelerde Satılabilecek Miktara İlişkin Olasılık Dağılımı .....	52
7	Kredi Vadelerine Göre Fiyatın Peşin Değeri .....	53
8	Uygun Vadenin Tespit Edilmesi .....	54
9	Vadelere Göre Meydana Gelebilecek Şüpheli Alacaklara İlişkin Oran Tahminleri .....	55
10	Şüpheli Alacak Oranlarının Dikkate Alınması Sonucu Hesaplanan Net Kâr	55
11	Kredi Vadesindeki Değişiklik Önerileri.....	56
12	Alacak Artışının Maliyeti ve Sağladığı Kâr.....	60
13	Alacak Artışının Kâr - Maliyet Karşılaştırması .....	60
14	Tahsilata İlişkin Mevcut ve Teklif Edilen Programlara Ait Veriler.....	77
15	Satışların Değişmemesi Halinde Mevcut ve Teklif Edilen Programların Fayda-Maliyet Analizi.....	78
16	Satışların Değişmesi Halinde Mevcut ve Teklif Edilen Programların Fayda-Maliyet Analizi.....	80
17	Kabul ve Ret Kararlarının Verilmesinde “A” Şirket Örneğine Ait Veriler .	101
18	Müşteri Kredi Puan Tablosu .....	108
19	Alacak Yaş Çizelgesi Örneği .....	117
20	Z Puanına Göre Finansal Güçlüğü Gerçekleşme Olasılıkları .....	128
21	Z Puanı Hesabında Gerekli Olan Veriler .....	131
22	İmalat Sanayii Sektör Kimliği.....	132
23	Modelde Kullanılan Finansal Oranlar ve Hesaplanan Z Puanı Değerleri.....	133

## 05. Şekiller Listesi

<u>Şekil Nr</u>	<u>Şekil Adı</u>	<u>Sayfa Nr</u>
1	Kredinin Çalışma Biçimi.....	6
2	Kredi Politikası ve Maliyetler .....	43
3	Satışlar, Ortalama Tahsilat Süresi, Şüpheli Alacak Zararları ve Kârlar ile Reddedilen Hesaplar Arasındaki İlişki.....	46
4	Şüpheli Alacak Zararları ile Tahsilat Giderleri Arasındaki İlişki .....	76
5	Geleneksel Kredi Analizi .....	110
6	Aşamalı Kredi Analizi.....	111



## GİRİŞ

Bilindiği gibi işletmeler, birbiriyle çakışan kârlılık ve risk amaçlarını dengeleyerek varlıklarını en iyi şekilde sürdürme gayreti içindedirler. Bunun için satışlarını, pazar payını artırmak, finansal güçlüklerden korunmak gibi gayelerle hareket ederler. Bu amaca ulaşma noktasında işletmelerin varlıklarının etkin yönetimi konusu dikkatleri üzerine çekmektedir. Rekabetin şiddetlendiği günümüz piyasasında bu amaçların layıkıyla yerine getirilebilmesi, rekabete ayak uydurmakla sağlanır.

İşletmelerin varlıkları içinde gittikçe daha önemli yer tutmaya başlayan alacaklar da bu rekabetten payına düşeni almıştır. Alacaklar, mal ve hizmet çeşidinin arttığı, satış koşullarının farklılaştığı durumlarda satışların tamamının peşin olarak yapılamaması sonucu oluşmaktadır.

İşletmeler, mal ve hizmetlerini kredili satarak sağlamayı amaçladıkları ek kâr ile alacakların neden olacağı maliyet arasındaki olumlu farkı maksimum kılacak optimum alacak seviyesini belirlemelidirler. Mal ve hizmet satışında vade uygulanmasıyla firmaların müşterilerine açtığı kredi tutarının optimal dengede tutulmasının gerekliliği, alacak kaleminin etkin yönetiminin önemini vurgulamaktadır.

Likiditenin korunması, alacaklara yapılan yatırımın emniyet altına alınması, işletmenin kârının artırılması amaçlarının gerçekleşmesini sağlayacak etkin bir alacak yönetimi çeşitli aşamalardan oluşmaktadır. Kredili satışın yapılabilmesi için, uygun vade ve benzeri satış koşullarının ele alındığı kredi politikasının, açılan kredinin tahsili ile ilgili noktaları içeren tahsilat politikasının belirlenmesi gerekmektedir.

Şüphesiz ki her kredili satış talebinde bulunan müşteriye satışların kredili yapılması veya sınırsız kredi açılması mümkün olmamaktadır. Yapılan analizler sonucunda uygun görülen müşterilere kredili satış yapılması firmaların şüpheli alacak miktarlarında azalmaya neden olacaktır. Böylece, sağlanan kârlılık artışının fazlalığı için çeşitli kredi analiz yöntemleri uygulanarak kredili satış yapılabilecek müşteriler belirlenmelidir.

Kredi taleplerinin analizinde kullanılan Z puanı modeli, kredi talebinde bulunan müşterilerin finansal güçlüğe düşme olasılığını dikkate alarak, kredili satış kararına yardımcı olur. Bu nedenle bu model, işletmenin alacaklarını tahsil edebilme imkanı yüksek olan müşterilere kredi tanınmasını öngördüğü için, kâr artışı sağlama noktasında önem taşımaktadır. Bu çalışmada alacak yönetiminin bütün aşamaları ayrıntılarıyla ele alınmış ve Z puanı modelinden yararlanarak imalat sanayiinin ticari kredi verilebilirlik durumunun ölçülmesi amaçlanmıştır.

Araştırma kapsamında, imalat sanayiinin 2001-2002-2003 yıllarına ait verileri incelenmiştir. Bu inceleme için yararlanılan Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası verileri, sektörde 3.743 adet firma incelenerek oluşturulmuştur. Bu firmaların büyük bir çoğunluğunu anonim şirketler oluşturmaktadır. Ayrıca limited şirket, kollektif şirket, şahıs firması, kamu kuruluşu ve kooperatifler, araştırma kapsamında ele alınan firmalar içinde yer almaktadır. İmalat sanayiinin bilanço ve gelir tablosu verilerinden yararlanarak, Z puanı modeli yoluyla, finansal güçlüğünün gerçekleşme olasılığı hesaplanmıştır. Elde edilen olasılıklara ve incelenen dönemdeki genel ekonomik koşullara göre, imalat sanayiine kredili satış yapılıp yapılmayacağı kararı verilmeye çalışılmıştır. Alacak yönetimi ve kredi taleplerinin analizinde kullanılan Z puanı modelinin değerlendirilmesini esas alan tez üç bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, alacak ve kredi kavramı ilişkilendirilmiş, alacakların çeşitli açılardan sınıflandırılması yapılarak, alacaklara yapılan yatırımın hangi faktörlerden etkilendiği incelenmiştir. Bu bölümde ayrıca, alacak yönetiminin amaçları ve işletmede sahip olduğu önem vurgulanmıştır.

İkinci bölümde, alacak yönetim sürecinin bütün aşamaları, kredi ve tahsilat politikasının oluşturulması, kredi tekliflerinin alınarak çeşitli yöntemlerle kredi analizinin yapılması, uygun risk seviyesinde bulunduğu için yapılan kredili satışın limitinin belirlenmesi ve nihayet oluşan alacak hesaplarının izlenmesi suretiyle ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde, firmalara kredili satış teklifinde bulunanların finansal güçlüğe düşme olasılığının belirlenmesini sağlayan ve böylece kredili satış kararında etkili olan Z puanı modeli ile ilgili olarak, imalat sanayii üzerine bir uygulama çalışması yapılmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. ALACAK KAVRAMI ve İŞLETMELERDE ALACAK YÖNETİMİ

#### 10. Alacak ve Kredi Tanımı

Bir işletme, faaliyet amaçlarından olan kâra ulaşmak için satışlarını artırmayı hedeflemektedir. Satışların artışı, pazarlama ve fiyat politikası yanında kredili satış politikasına da bağlıdır. Rekabetin yoğun olduğu günümüzde firmaların müşterilerine sağladığı kolaylıklar vadeli satışları, dolayısıyla alacakları meydana getirmiştir. Çağımızda modern toplumlarda gelişmekte olan “Kredi Ekonomisi” alacakları, firmanın üzerinde ciddiyetle durması gereken bir kalem haline getirmiştir.

Alacak kavramı aslında bir hakkı ifade etmektedir. Bu hakkın meydana gelebilmesi için bir borç ilişkisi içine girmek gerekmektedir. Borç ilişkisi; iki tarafı (alacaklı ve borçluyu) birbirine bağlayan bir hukuki bağıdır. Borç ilişkisi denildiğinde, borçluyu alacaklıya karşı belli bir şekilde hareket etmeye mecbur bırakan ve zorlayan bir hukuki ilişkiyi anlamak gerekir (DERYAL-GENÇ, 1998, ss.1-2). Dolayısıyla bu hukuki ilişki çerçevesinde alacaklı; alacak hakkı olan tarafken, borçlu; belirli bir edimi yerine getirmekle yükümlü olan taraftır.

Alacaklıya hak sahibi olma fırsatı veren bu ilişki; satılan bir mal ya da hizmetin karşılığını yerine getirme yükümlülüğü, borç olarak verilen bir paranın ödenmesi yükümlülüğü, ilişki kuralları çerçevesinde yapılması/yapılmaması gereken bir davranışın yapılması/yapılmaması yükümlülüğü, bağışlama vaadi ve miras şekliyle meydana gelmektedir.

Ancak çalışma konumuz dahilinde ele alındığında, borç ilişkisi ticari bir ilişkiyi ifade etmektedir. Geniş tanımıyla; bir işletmenin diğer işletmeler ve kişilerden para, mal veya hizmet karşılığı olan haklarını ifade eden alacaklar ticari ilişki düzeyine indirildiğinde,

işletmenin normal faaliyetleri ile ilgili ve faaliyetleri dışındaki işlemler nedeniyle işletme dışındaki işletme veya kişilerle ilişkisinden kaynaklanmaktadır. Bir işletmenin gayri menkullerini vadeli satması nedeniyle sahip olduğu alacakları ile mal ve hizmet satışından doğan alacakları, hatta depozito ve teminat vermek suretiyle uzun bir vade sonunda geri almak üzere sahip olduğu her türlü unsurlar alacaklarını oluşturmaktadır. Ancak belirtilen alacakların tümüne her işletme sahip olmayabilir. Örneğin; bir firmanın gayrimenkullerini vadeli satması sonucu sahip olduğu alacaklar çok ender yaşanan olaylardır (AKSOY, 1993, s.227).

İşletmelerin her zaman sahip oldukları alacaklar ticari alacaklardır. Ticari alacaklar, bir işletmenin normal faaliyetine konu olan mal ve/veya hizmet satışı nedeniyle müşterilerine karşı sahip olduğu haklardır (ÖNAL, 1998, s.5). Esas itibarıyla firmanın bedelini peşin olarak tahsil etmediği her satış alacak hakkı doğurur. Alacak hesapları henüz tahsil edilmemiş satış bedelinin bir sonucu olarak firmaya borçlandırılmış fonlardır. Diğer deyişle ticari alacaklar bir firmanın mal veya hizmet satışları nedeniyle müşterilerine kullandığı kredi tutarını gösterir. Nakit olarak yapılan satışlar işletmeye anında fon girişi sağlamasına rağmen günümüzde işletmeler potansiyel müşteriyi kendilerine çekebilmek, belirli bir satış düzeyini koruyabilmek ve rekabet edebilmek amacıyla ticari kredilerden yararlanırlar. Ekonomik hayatın zorlukları içerisinde ticari işletmelerin faaliyetlerini sadece özsermaye ile sürdürmeleri mümkün değildir. Kredi işlemlerine başvurmak, işletmenin varlığını sürdürebilmesi için neredeyse zorunluluk haline gelmiştir.

Farklı kullanım alanlarından dolayı çeşitli anlamları olan kredi, esas olarak borçlu ve alacaklı arasında gelecekte ödenmek üzere değer transferine neden olan inanç ve güven anlamına gelmektedir. Kredi; “gelecekteki bir ödeme taahhüdünde bulunmak suretiyle mal ve hizmet alabilme gücü” olarak tanımlanmanın yanı sıra değeri para birimiyle ölçülen ve satıcının alıcıya sorumluluklarını yerine getirebileceğine dair duyduğu güvene dayanan, mevcut değerlerin transferini güven altına alma kuvveti” olarak da tanımlanabilmektedir (ERKAN, 1990, ss.14-15).

Çalışmamızda, bir çok çeşidi olan kredinin ticari kredi türü üzerinde durulacaktır. Bu bilgiler ışığında ticari krediyi tanımlarsak; ticari kredi, zamanı belirlenmiş bir ödeme sözüne karşılık olarak bir ticari işletmenin, alım satıma konu olan ticari malları elde etme



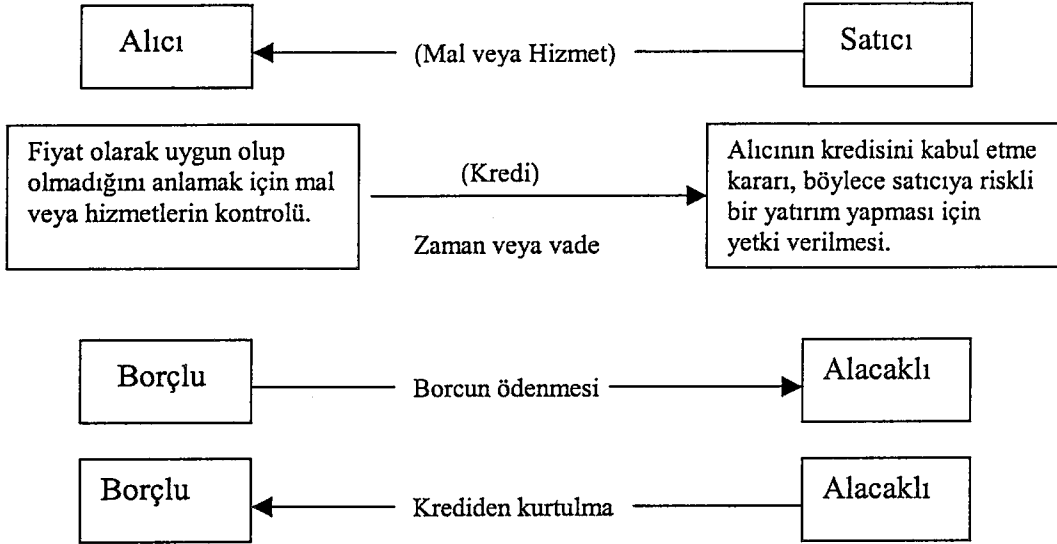
değerliliğinin ölçümüdür. Bu değerlilik hem potansiyel kredi hem de kullanımdaki kredi olarak ölçülür. Potansiyel kredi; “gelecekte, belirli bir tarihte veya talep edildiğinde, nakden veya aynı bir ödeme taahhüdünde bulunmak suretiyle mal ve hizmet satın alabilme gücüdür.” şeklinde tanımlanmaktayken, kullanımdaki kredi; “gelecekteki bir ödemeye karşılık mevcut olan haktır.” şeklinde tanımlanmaktadır. Her ikisi de birlikte satın alınan mallar için kullanılan kredi limitini teşkil eder. Böylece ticari kredinin karakteristiklerinden birisi, alım satıma konu olan mallardır ki ticari kredi bu yönüyle banka kredisinden ayrılır. Banka kredisi, parayla paranın satın alınması veya kredi için kredidir (ERKAN, 1990, ss.23-24).

Satışların artırılması, likiditenin en uygun bir seviyede tutulması ve müşterilere açılan kredi toplamının optimum seviyede tutularak fonların en etkili bir biçimde kullanılması işletmenin amaçları arasında yer alır. Bu amaçlar çerçevesinde faaliyet gösteren işletmeler mal veya hizmet satışlarını peşin yada vadeli olarak yaparlar. Vadeli yapılan satış sonucunda müşterilere ticari kredi açılmış olmaktadır. Bu durumda alacaklı taraf daima bir işletmedir. Borçlu taraf ise bireyler olabileceği gibi diğer bir işletme de olabilmektedir.

Bir işletmenin üretimi için gerekli olan hammadde, malzeme, işletme araç-gereçlerini diğer bir işletmeden alması ve bedelini hemen ödememesi durumunda iki işletme arasında bir kredi ilişkisi doğar. İşletmeler arasında gerçekleşen ilişkiye konu olan bu kredi satıcı kredisi adı altında kullanılmaktadır. Krediyi alan işletme aldığı hammadde, malzeme v.b. ile üretimini gerçekleştirmekte ve daha sonra ürününü satarak borcunu ödemektedir. Sermaye piyasasına giremeyen ve diğer finans kaynakları sınırlı olan küçük ve orta ölçekli işletmeler ile yeni kurulan işletmeler önemli derecede satıcı kredilerinden yararlanmaktadırlar (FETTAHOĞLU, 1988, s.135). Borçlunun bireyler olması durumunda ise vadeli mal veya hizmet satışının, bireylere yapılması söz konusu olmaktadır. Her iki durumda da işletme, satışı özendirilen ve artıran bir araç olarak krediyi vermekte, dolayısıyla kendi ürünlerinin satışını finanse etmektedir. Borçlu taraf kim olursa olsun, alacaklı ve borçlu arasındaki kredi uygulaması şekil 1’deki gibi şematize edilebilir (NALÇACI, 1986, ss.14-15).

Sonuç olarak, döner sermayeyi oluşturan önemli bir kalem olan alacakların, gerek normal faaliyet dönemi içerisinde nakde dönüşmesi ve gerekse işletmede beklenen normal

kazancı sağlayan varlık niteliğinde olması nedeniyle cari aktiflerden sayıldığını söyleyebiliriz (TÜRKO, 1978, s.42).



**Şekil : 1**

### **Kredinin Çalışma Biçimi**

Kaynak: NALÇACI, 1986, s.15

## **11. Ticari Kredinin Özellikleri**

Ticari kredinin konusu banka kredilerinden farklı olarak alım satım konu olan ticari mallarla sınırlandırılır. Banka kredileri malların üretimine ve dağıtımına yardımcı olmaktadır. Yatırım kredisiyle tesisat ve teçhizat için gerekli sermaye tedarik edilir. Bu sermaye daha sonra sadece üretim ve ticari malların alım satımını geliştirmek için kullanılır. Ticari kredi de gerçekten üretim ve dağıtımın bütün safhalarına yardımcı olmaktadır. Çünkü mamul tüketiciye ulaşıncaya kadar birçok elden geçmiş olabilir. El değiştirme sırasında çoğunluk tarafından ticari kredinin kullanıldığı gözlenebilir. Ancak bu farklı üreticilerin ellerinde tüm üretim işlemleri başından sonuna kadar ticari kredi ile finanse edilemez.

Ticari kredinin süresi, ticari işlemin süresinden daha fazla olmamalıdır (ERKAN, 1990, s.24). Örneğin; 3 ay vadeli kredi alan bir işletmenin malını nakit olarak 1 ayda satması,

kredi veren işletmenin krediyi kullanan işletmeye 2 ay yardım etmesi anlamına gelmektedir.

Ticari kredi ayrıca kredi kullanım süresince para dolaşımını önleyerek değişim aracı görevi yapmaktadır. Paranın kullanılmaması işlemlerin daha kolay ve süratli yapılmasına olanak sağlar (ERKAN, 1990, s.24).

## 12. Kredinin İşletmelere Katkısı

Kredinin işletmelere katkılarını şu şekilde sıralamak mümkündür:

a) Kredi, işletmeleri etkin bir biçimde yönetmek için önemli bir faktördür. Kısa süreli yabancı sermaye sağlamanın en kolay yoludur. Özellikle yatırım sermayesi çok sınırlı olan veya kendi ortaklarının koyduğu sermaye ile çalışan, diğer finans kaynakları sınırlı olan küçük ve orta ölçekli işletmeler için ticari kredi önemlidir. Böylece risk payı daha da azaltılmaktadır. Bunun yanı sıra kredi sayesinde satıcıların satış olanakları da genişlemektedir.

b) Ticari kredi, istenildiği zaman sağlanılma olanağını sunmaktadır. İşletmeler istedikleri zaman, örneğin çeşitli mevsimlik dalgalanmalarda kolayca ticari kredilerden yararlanabilirler (FETTAHOĞLU, 1988, s.135).

Banka borcu olmayan fakat ticari kredi standartlarına uymaya çalışan mevsimlik işletmeler mevsim dışı faaliyetleri için yeterli olacak net bir değerle çalışabilirler (ERKAN, 1990, s.25). Mevsim içindeki gelişmelerini ise ticari kredi üzerine kurarlar. Eğer ticari kredi olmasaydı bu çeşit kuruluşlar, ya mevsim dışı aylarda aktif olmak veya yatırım sermayesi ile çalışmak zorunda olacaktırlar ya da mevsimsel gelişme zamanı geldiğinde faaliyetlerini kısıtlayacaktırlar.

İlk alternatif ülkenin yatırım sermayesi stokunun etkin olmayan bir şekilde kullanılmasına yol açacaktır. İkinci alternatifte ise hem mevsimsel faaliyetler işletmelerin kâr ve hizmetlerini hem de onlara mal satanların satış olanaklarını sınırlandıracaktır.

c) Gerek kredi limitlerinin dolması gerekse kredi alabilirlik özelliğinin yitirilmesi nedeniyle bankalardan kredi alamayan işletmeler ticari kredi kullanımına yöneleceklerdir. Bu sayede banka kredisi alabilen yüksek kredi değerlikli satıcı işletme ile düşük kredi değerlikli işletme arasında ticari kredi vasıtası ile bir ilişki kurulabilir. Böylece ticari kredi banka kredilerinin işletmeler aracılığıyla daha geniş alana yayılmalarına yardımcı olmaktadır.

### **13. Alacakların Sınıflandırılması**

Mali analizlerde yardımcı olması ve dolayısıyla bir takım kararların verilmesinde fayda sağlaması açısından alacakların sınıflandırılması gerekmektedir. Bu sınıflandırmada işletmelerin büyüklükleri çok büyük bir etki alanına sahiptir. Örneğin; küçük bir işletmede genellikle vadeli mal ve hizmet satışından doğan bir alacaktan söz ederken, büyük bir işletmede mal ve hizmet satışından kaynaklanan alacağın yanı sıra ortaklara, personele ödünç vermeden ve iştiraklerden sağlanan kâr paylarından doğan alacaklardan, ayrıca duran varlık satışı sonucu meydana gelen alacaklardan bahsetmek mümkündür.

Bu temellere dayandırıldığında alacakların, esas faaliyet konusuyla ilgili olup olmaması, senede bağlı bulunup bulunmaması ve ayrıca birçok niteliğe göre sınıflandırılması mümkündür. Böyle bir ayırımın yapılması, işletme faaliyetlerine ilişkin analizlerin daha doğru ve daha sağlıklı sonuç vermesi için de gereklidir.

#### **130. Ticari Durumlarına Göre Alacaklar**

Bu sınıflandırma içinde ele aldığımız alacaklar, işletmenin esas faaliyet konusu sonucu ortaya çıkıp çıkmayışına göre ayırma tabi tutulurlar.

##### **1300. Ticari Alacaklar**

İşletmelerin esas amaçlarınının kâr elde etmek olduğundan, bu amacı gerçekleştirmek için esas faaliyet konusu ile ilgili olan ve olmayan faaliyetler gerçekleştirdiklerinden bahsetmiştik. Bu amaç doğrultusunda daha çok esas faaliyet konusuyla ilgili olan satışlar kullanılmaktadır.

İşletmenin normal faaliyet konusu ile ilgili olarak vadeli bir şekilde yürüttüğü mal ve hizmet satışı sonucu ortaya çıkan senetli veya senetsiz alacaklar ticari alacaklardır.

Depozito ve teminat niteliğindeki alacaklar esas faaliyetin bir parçası olup olmamalarına göre analize tabi tutulmalıdırlar. Depozito ve teminatların ödenmesi işletmenin esas faaliyeti için yapılmakta ise depozito ve teminat ödemesi sonucu meydana gelen alacaklar ticari alacak gibi düşünülmelidir. Örneğin bir marketin, meşrubat satıcısı toptancıdan ambalajlarının depozitosunu ödemek suretiyle meşrubat alması sonucu oluşan alacak, market için bir ticari alacak durumundadır.

### **1301. Diğer Alacaklar**

İşletmelerin ticari faaliyetlerinin yani mal ve hizmet satışının dışında meydana gelen çeşitli alacakları olacaktır. Herhangi bir ticari sebebe dayanmayan bu senetli ve senetsiz alacaklar bilançoda diğer alacaklar kalemi altında ele alınmaktadır. İşletmenin ortakları ve personeli de dahil olmak üzere gerçek ve tüzel kişilere nakit olarak borç verme ve benzeri şekilde ortaya çıkan işlemler ile, duran varlıkların faaliyet konusu haricinde vadeli olarak satışı ve kiralanması sonucu meydana gelen alacaklar diğer alacaklar olarak nitelendirilmektedir.

Bu tür alacaklara özellikle büyük firmalarda sık rastlanılmaktadır. Alacaklar işletmenin kendi fonlarını borçluya transferi anlamı taşıdığından, fonların kullandırılış maliyeti ile sağladığı kâr dikkatle incelenmeli ve yönetim kararı ona göre verilmelidir.

İşletmeler veresiye mal ve hizmet satışları dışında da çeşitli kişi ve kuruluşlar ile borç alacak ilişkisine girmektedir. Bu ilişkilerden bazıları ortaklar ile olabilir (SÜRMEN, 1998, s.313). İşletmenin ana faaliyet konusu dışındaki ödünç verme ve benzer nedenlerle meydana gelen işlemler nedeniyle ortaklarından alacaklı bulunduğu tutarlar bu gruba incelenir. Personel, işletme dinlenme tesislerinden yararlandığı için, işletmeden kredi aldığı için, bir ücret iptal işleminden veya kasa açığında olduğu gibi bir işleminden doğan alacaklar, işletmenin personelinden alacaklı bulunduğu tutarlar olarak bu gruba dahil edilir (TENKER, 1997, s.173). İşletmenin, bağlı ortaklıkları ve iştiraklerinden benzer şekilde sahip olduğu alacaklar da diğer alacaklar sayılmaktadır.

Duran varlıkların içeriği işletme türüne göre değişmekle beraber şu grupta toplanmıştır: Ticari Alacaklar, Diğer Alacaklar, Mali Duran Varlıklar, Maddi Duran Varlıklar, Maddi Olmayan Duran Varlıklar, Özel Tükenmeye Tabi Varlıklar, Gelecek Yıllara Ait Giderler ve Gelir Tahakkukları, Diğer Duran Varlıklar. İşletmenin ana faaliyetinin duran varlık satışı olmaması durumunda maddi duran varlıkların vadeli satışı veya kiraya verilmesi sonucu meydana gelen alacaklar, ticari alacaklar grubuna girmemektedir.

### **131. Hukuki Bir Belgeye Bağlılığına Göre Alacaklar**

Vadeli satışlar satıcının alıcıya olan güveni doğrultusunda senetsiz yapılabileceği gibi, alacak hakkının ispatı sayılan bir belgeye dayandırılarak da yapılabilir.

#### **1310. Senetsiz Alacaklar**

Karşılıklı güvene dayanan sözlü bir anlaşma ile yapılan ve bir resmi belgeye dayandırılmayan vadeli satışlar, borç para verilmesi veya diğer sebeplerle alacak hakkı meydana gelmektedir.

İşletmenin ana faaliyetleriyle ilgili olarak alıcıya malı teslim etmesi, göndermesi veya bir hizmetin görülmesi ve ayrıca ana faaliyet konusu dışında işlemlerin meydana gelmesi ile bunların karşılığının elde edilmesi arasında geçen sürede alıcı işletme açık hesap şeklinde finanse edilmektedir. Bu nedenle bu tür alacakların meydana gelebilmesi için satıcı ile alıcı arasında güven unsuru çok önemlidir. Satıcı işletme müşteri ile ticari ilişki içine girerken, müşterisinin, kredinin 5 K' sı olarak anılan kredi değerliliği ölçülerine tam güveniyorsa alacaklarını senede bağlamayacaktır. O yüzden daha önce tanımadığı bir müşteri için senetsiz alacaklar meydana gelmeyecektir.

Bu şekildeki bir alacağın alacaklı firma için delili, müşteriden gelen sipariş listesi ve firmanın gönderdiği faturanın kopyası ve defterindeki kayıttır (HATİPOĞLU, 1967, s.114). Her ne kadar güven esasına dayansa da alacakların senetsiz olarak elde edilmemiş olmasında yarar vardır. Bunun nedeni; alacaklarının senetsiz olması nedeniyle satıcı işletmenin kendi borcuna karşılık devredebileceği bir senedinin, gerekli durumlarda ileri

sürebileceği bir teminatının ve müşteri ile bir anlaşmazlığa düşmesi halinde hakkını ispatlayacağı bir güvencesinin olmayışdır.

### **1311. Senetli Alacaklar**

İşletmeler kredili işlemlerde, alacak ve borç ilişkisini kanıtlamak amacıyla yazılı bir belge hazırlayabilirler. Özellikle işletmelerin mal satışlarında kullandıkları bu belgelere genel bir adlandırma ile senet adı verilir. Alacakların senede bağlanmasının hem güvence bakımından hem de alacağın vadesinden önce paraya çevrilebilmesi ve böylece nakit gereksinimini karşılama olanağı vermesi bakımından faydalıdır (YÜKÇÜ ve diğerleri, 1999, s.662).

Bu yazılı belgeler Türk Ticaret Kanunu'nda kambiyo senetleri adı verilen "poliçe", "bono" ve "çek" 'lerdir. Senetli alacağın oluşumu, ana faaliyet konusu olan mal ve hizmet satışı ile işletmenin verdiği borçlar dolayısıyla olmaktadır. Ayrıca işletmenin açık hesap şeklindeki alacaklarını sonradan senede bağlamak suretiyle de senetli alacak oluşturulabilir (CEMALCILAR-BENLİGİRAY-SÜRMEİ, 2002, ss.181-182).

### **132. Tahsil Edilme Sürelerine Göre Alacaklar**

Tekdüzen hesap planında alacaklar bu sınıflandırma doğrultusunda iki gruba ayrılmıştır (CEMALCILAR-BENLİGİRAY-SÜRMEİ, 2002, s.176). İlki; bir yıl veya bir faaliyet dönemi içinde tahsil edilecek alacaklar, ikincisi ise bir yıldan daha uzun sürede tahsil edilecek alacaklardır.

Finans yöneticisi bu sınıflandırmadan yola çıkarak kendi işletmesini ve içinde bulunduğu ortamı analiz etmeli, firmasının bu doğrultuda nasıl pozisyon alması gerektiğine karar vermelidir.

### **1320. Kısa Vadeli Alacaklar**

İşletmenin mali yapısının açıkça ortaya konulmasını amaçlayan varlıklara ilişkin ilkeler varlıkların doğru bir şekilde kaydedilmesini öngörmektedir. Bunun sonucu olarak da

bilançoda yer alan varlıklar paraya dönüşme hızı yüksek olandan düşük olana doğru sınıflandırılmıştır.

İşletmenin bir yıl veya normal faaliyet dönemi içinde paraya dönüşebilecek varlıkları dönen varlıklar olarak nitelendirilmektedir. Bu doğrultuda alacakların bir yıl veya normal faaliyet dönemi içinde tahsil edilecek olanları diğer bir deyişle dönen varlıklar grubu içinde yer alanları kısa vadeli alacaklardır.

### **1321. Uzun Vadeli Alacaklar**

İşletmenin bir yıl veya normal faaliyet dönemi içinde paraya dönüşemeyen, işletmeye bir hesap döneminden daha uzun süre fayda sağlayan varlıklar duran varlıklardır. Bu grupta yer alan bütün alacaklar elde bulundurulmuş süre bakımından dönen varlıklar içinde yer alan alacaklardan farklıdır. Bir yıldan veya normal faaliyet döneminden önce paraya çevrilmesi ve tahsili mümkün olmayacak uzun vadeli alacaklar bu grup içinde yer almaktadır.

### **133. Uygulanan Para Cinsine Göre Alacaklar**

Son yıllarda ekonomik faaliyetler uluslararası nitelik kazanmıştır. Bu doğrultuda yurt dışı pazarlara yönelinmiştir. Firmanın yurt içindeki vadeli satışlarının ülkesinin parası cinsinden yapılmasının yanında yurt dışına yaptığı vadeli satışlar da yabancı ülkenin parası cinsinden olacaktır. O nedenle finans yöneticisi firmanın dış pazarlara açılması tutumunu değerlendirerek maksimum kazancı sağlayacak politikalar izlemelidir.

### **1330. Milli Para Cinsinden Alacaklar**

Firmanın kendi ülkesinde yürüttüğü faaliyetleri neticesinde oluşan alacaklar milli para cinsinden ele alınacaktır. Milli para cinsinden düzenlenen alacaklar yabancı paranın neden olacağı riskleri taşımazlar. Fakat paranın değerindeki dalgalanmaların getirdiği belirsizliklerden kurtulmak için özellikle enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde, yabancı para üzerinden de işlemler yapılabilmektedir. Milli para cinsinden olan alacaklardaki temel riskler; tahsil edilmeme riski ve enflasyon riskidir.



### 1331. Yabancı Para Cinsinden Alacaklar

Çok büyük işletmelerin mali ilişkilerinde uluslararası faaliyetler yoğunlaşmaktadır. Yabancı ülkelerde, alıcı ve satıcılarla çalışmanın yanında yabancı yatırımlarda da bulunmaktadır. Yabancı piyasalara satışta bulunulması, ilgili piyasadaki mevcut ve gelecekteki arz ve talep koşulları, rekabet, dağıtım kanalları, müşterilerin ödeme alışkanlıkları, finansal kurumlar ve finansal kaynaklar hakkında bilgi edinilmesi açısından önemli fırsatlar sağlar (DAĞLI, 2001, s.499). Yurt dışına yapılan satışlar peşin satış, vadeli satış şeklinde yapılabileceği gibi takas yöntemiyle de gerçekleştirilebilir. Yabancı piyasaya yapılan vadeli satışlarda, ortaya çıkabilecek kur riski ve politik riskten mümkün olduğunca korunmak ve alacak portföyünü ona göre yönetmek gerekmektedir.

### 134. Hukuki Durumlarına Göre Alacaklar

Bu sınıflandırmada firmanın ana faaliyetlerinden kaynaklanan senetli alacakları incelemeye tabi tutulmuştur. Ticari bir alacak, meydana geldiği zamandan başlayarak vadesinde işletme tarafından yada ücret karşılığında banka tarafından tahsil edildiği hatta tahsil edilemeyip değersiz alacak haline geldiği zamana kadar değişik pozisyonlar alabilir. Finansal tablolarda alacak senetleri bulunduğu hukuki duruma göre ayrı ayrı ele alınmalıdır. Bu sayede, alacakların durumunun görülmesiyle finans yöneticisinin verdiği finansal kararların daha doğru olması mümkün olmaktadır.

### 1340. Henüz Vadesi Gelmemiş Alacaklar

Alacaklar ödeme tarihine kadar henüz vadesi gelmemiş alacaklar grubunda yer alır. Bu alacaklar, ciro yolu ile bir başkasına devredilmediği, teminat olarak verilmediği, iskonto ettirilmediği sürece henüz vadesi gelmemiş alacaklar olarak finansal tablolarda yer alır.

### 1341. Tahsildeki Alacaklar

Alacak senetleri, vadesinde alacaklı tarafından tahsil edilebileceği gibi, acyo adı verilen belirli bir komisyon karşılığında banka aracılığıyla da tahsil edilebilir. Şüphesiz, belirli bir ücret karşılığında banka aracılığıyla yapılan tahsil işlemi, alıcı işletmenin kendi eliyle

yaptığı tahsilattan daha masraflı olacaktır. Ancak bazı senetlerin alıcı işletmenin bulunduğu şehir yada ülkenin dışında tahsil edilmesi gerekebilir. Bu durumda senetlerin tahsili için bir aracı bankaya başvurmak gerekli olacaktır. Aksi takdirde firma için hem masraflı hem de güvensiz bir durum ortaya çıkabilir.

Banka aracılığıyla yapılan tahsilat sonucunda tahsil edilen alacak tutarı komisyon kesildikten sonra işletmeye ödenebileceği gibi, işletmenin talimatıyla işletme adına bankada açılan bir hesaba da aktarılabilir.

### **1342. Teminata Verilen Alacaklar**

Alacak senetleri bir borca veya bir yükümlülüğe karşı güvence oluşturmak amacı ile teminat olarak verilebilir. İşletmeler finans kuruluşlarından, özellikle bankalardan kredi almak yada bir ihaleye katılmak istediklerinde, banka yada ihale komisyonu tarafından bir teminat talebiyle karşılaşabilirler. Bu durumda işletme teminat olarak varlıkları arasında yer alan alacak senetlerini gösterirler. Krediyi veren kuruluş, krediyi talep eden işletmenin teminat olarak vereceği alacaklarının hangi durumda olduğunu görmek isteyebilir. Bu nedenle finansal tablolarda her bir alacak senedini hukuki durumuna göre ayrı ayrı belirtmek gerekmektedir.

### **1343. İskonto Ettirilen Alacaklar**

İşletmenin nakde gereksinimi nedeniyle vade tarihini beklemeden senedi bir bankaya satması işlemi senedin iskontosu yada senedin kırdırılması olarak adlandırılmaktadır. Senedin bankaya iskonto ettirilmesi durumunda banka tarafından senet bedeli üzerinden faiz ve komisyonların kesilmesi nedeniyle, senet üzerinde yazılı olan değer işletme tarafından tahsil edilemeyecektir. Çünkü iskonto ettirildiği tarihte senet, üzerinde yazılı değere sahip değildir.

Senedini bankaya iskonto için veren işletme senedin mülkiyetini kaybeder. Ancak senet banka tarafından tahsil edilinceye kadar işletmenin sorumluluğu devam eder. Yani senedin borçlusu senet tutarını bankaya ödemediğinde, banka senet bedelini iskonto ettiren işletmeden isteyebilir.

### **1344. Protestolu Alacaklar**

Borçlular bazen vadesi gelen senetleri zamanında ödemeyebilirler. Bu durumda Türk Ticaret Kanunu'nun 626. maddesine göre "kabulden veya ödemededen imtina, kabul etmeme veya ödememe protestosu denilen resmi bir vesika ile tespiti mecburidir." hükmü çerçevesinde çeşitli işlemler yapılır. Poliçenin borçlu tarafından kabul edilmemesi durumunda yapılan protesto kabul protestosudur. Ödememe protestosu ise ödememe durumunun resmen saptanmasıdır. Bu da noter vasıtası ile yapılır. Ödememe protestosunun ödeme gününü takip eden iki iş günü içinde yapılması lazımdır (SÜRMEYEN, 1998, s.295). Notere bu hizmet karşılığında bir ücret ödenir. Protestodan sonra alacağın tahsil edilmesi durumunda noter masrafının yanında varsa ödenen ücretler de borçludan tahsil edilir.

### **1345. Takipteki Alacaklar**

Protesto sonucu tahsil edilemeyen alacaklar ise, notere yapılan ödemelerin ve yapılan diğer harcamaların eklenmesi ile oluşacak toplam üzerinden yasal yoldan takibe alınır. Diğer bir deyişle protestolu senet tahsil edilmek için icra dairesine verilir. Alacakların yönetiminde kolaylık taşıması açısından vadesi gelmemiş diğer senetlere göre farklılığa sahip olan bu tür alacaklar yardımcı hesap şeklinde belirtilmelidir (CEMALCILAR-BENLİGİRAY-SÜRMEYELİ, 2002, s.184-185). İcra dairesine verilme aşamasına gelmiş alacak senetleri "takipteki senetler" yardımcı hesabına alınır.

### **1346. Şüpheli Alacaklar**

Şüpheli alacaklar, ihtilaflı olan, protesto edilmiş, yazı ile birden fazla istenmiş yada dava veya icra safhasına aktarılmış yani borçluları tarafından ödenmeyen senetli veya senetsiz alacaklardır. Henüz tahsil edilme olanağı kesin olarak ortadan kalkmamış da olsa, bu tür alacakları yönetimlerinin doğruluğu açısından normal alacaklardan ayrı hesaplara kaydederek ele almamız gerekmektedir.

Vergi Usul Kanunu'nun 323. maddesinde yer alan hükme göre, ticari veya zirai kazanç elde eden mükelleflerden bilanço esasına göre defter tutanların alacakları aşağıdaki şartları taşıyorsa şüpheli alacak sayılır:

a) dava ve icra safhasındaki alacaklar

b) yapılan protestoya veya yazı ile bir defadan fazla istenmesine rağmen borçlu tarafından ödenmemiş bulunan dava ve icra takibine değmeyecek derecede küçük alacaklar

### **1347. Değersiz Alacaklar**

Açılan davanın kaybedilmesi veya icra takibinin sonuçsuz kalması durumunda tahsil olanağı bulunmayan senetli veya senetsiz alacakları ifade eder. Bir alacağın, alaktan vazgeçildiğini gösteren veya diğer şekillerde tahsil edilebilme imkanının ortadan kalktığı konusunda mahkeme kararı ile veya tahsil olanağının kalmadığının tespiti halinde o alacak değersiz alacak olarak nitelendirilir.

Ayrıca konkordato sebebi ile vazgeçilen alacaklar da değersiz hale gelir. Konkordato; borçlunun alacaklıların çoğunluğunun kararı ve mahkemenin tasdiki ile borçlarının bir kısmından kurtulmasını veya bu borçların ödeme şartlarının değiştirilmesini temin eden bir müessesedir (SÜRMEEN, 1999, s.112).

### **135. Tahsil Edilebilme Olasılığı Bakımından Alacaklar**

Senetli veya senetsiz alacakları tahsil edebilme olasılığı bakımından;

a) Normal alacaklar

b) Şüpheli alacaklar

c) Değersiz alacaklar

şeklinde üç gruba ayrabiliriz (CEMALCILAR-BENLİGİRAY-SÜRMEELİ, 2002, s.289).

Normal alacaklar, vadeleri geldiğinde veya istenildiğinde tahsil edileceğinden şüphe duyulmayan alacaklardır.

Şüpheli alacaklar, daha önce de bahsettiğimiz gibi ihtilafli olan, protesto edilmiş, yazı ile birden fazla istenmiş yada dava veya icra safhasına aktarılmış yani borçluları tarafından ödenmeyen senetli veya senetsiz alacaklardır.

Değersiz alacak ise tahsil imkanı bulunmayan alacakları ifade etmektedir. Normal bir alacak bir anda değersiz bir duruma düşmez. Daha önce şüpheli duruma düşer.

Önceki sınıflandırmada ayrıntılarıyla açıklandığından, bu sınıflandırmadaki alacaklara burada daha fazla yer verilmeyecektir.

#### **14. Alacaklara Yapılan Yatırım Tutarını Etkileyen Faktörler**

Alacakların yönetiminin büyük önem taşımaya karşın uygulamada büyük firmalarda dahi, alacakların optimum tutarının ne olması gerektiği konusunda objektif ölçüler ve standartlar mevcut bulunmamaktadır (AKGÜÇ, 1998, s.260).

İşletmelerde alacaklara bağlanan fon miktarı, diğer bir deyişle alacaklara yapılan yatırım tutarı, kredili satış hacmi ve müşterilerin borçlarını geri ödeme sürelerine bağlı olarak değişmektedir.

Bir işletmenin satışları ve müşterilerinin borçlarını ödeme süreleri değişmeden, kredili satışların toplam satışlara oranı arttığı takdirde o işletmede alacaklara yapılan yatırım artmış olur. Aynı şekilde, kredili satışların toplam satışlara oranı aynı kalmak şartı ile toplam satışların artması alacaklar tutarını artırır (TÜRKO, 1978, s.42).

İşletmenin kredili satışta bulunduğu müşteri sayısının artması, bu müşterilere tanınan kredi limitleri ve alacağın tahsil süresi ile birlikte alacaklara yapılan yatırım hacminin artması sonucunu doğurur. İşletmenin satış politikasına bağlı olarak kredili satış yapılan müşteri sayısı değişir. Her müşteriye kredi tanıyan bir işletmede alacak hesaplarının hacmi şüphesiz yüksek tutarlara erişecektir.

Alacaklara yapılan yatırım hacmini tayin eden bir diğer faktör de müşterilerin borçlarını ödeme süreleridir. Kredili satışlar oranında herhangi bir değişiklik olmadığı halde müşterilerin borçlarını daha uzun sürelerde ödemeye başlamaları alacakların miktarını artırır. Aynı şekilde sözü geçen sürenin kısalması alacakların miktarını azaltır. Müşterilerin borçlarını geri ödeme süreleri, diğer bir ifadeyle alacakların ortalama tahsil süresi; satışların vadesi, müşterilerin finansal güçleri ile beraber borçlarını zamanında geri

ödeme arzu ve alışkanlığına sahip olmaları gibi etkenler tarafından oluşturulur (GÖNENLİ, 1976, ss.45-46).

Bu etkenlerin yanında, firmaların, alacaklara bağlayacağı parayı da sermaye yatırımına benzer bir şekilde değerlendirerek verecekleri karara etkili olacak alacak miktarını etkileyen faktörler; işletmenin kontrol edebildiği ve edemediği faktörler şeklinde iki gruba ayrılır (TÜRKO, 2002, ss.258-259).

#### **140. Kontrol Edilebilen Faktörler**

Alacaklara yapılan yatırım, işletmenin kredi politikası, tahsilatta gösterdiği etkinlik, müşterilere verilen kredi limitleri, hangi müşterilere kredili satış yapılacağı gibi, işletmenin karar verme hakkına sahip olduğu faktörlerden etkilenmektedir.

##### **1400. Satış Hacmi**

Alacak tutarını belirleyen en önemli faktör firmanın satış hacmidir. Diğer faktörlerin aynı kalması halinde, alacak tutarı ile satış hacmi arasında yakın ilişki vardır. Firmanın iş hacminin genişlemesiyle birlikte satışları artış gösterecek ve alacaklara bağlanan fon miktarı da artacaktır.

Aslında alacak politikası satış hacminin artışının belirleyicisi durumundadır. Vadeli satış politikası benimsenip vadenin uzatılması yoluna gidildikçe satışlar artacak bu da alacak kalemini artıracaktır.

##### **1401. Kredili Satış Şartları ve Kredi Politikası**

Kredili satışların doğurduğu riskten kaçınan ve fonlarını alacaklara bağlamak istemeyen firmalar ürettikleri mal ve hizmetleri peşin satmak isteyebilirler. Kredili satış şartları ve kredi politikasının genellikle faaliyette bulunan endüstrideki rekabet ortamı tarafından belirlenmesi nedeniyle bu belirlenme esnasında yerel gelenekleri, ait oldukları endüstri kolunun özelliklerini ve bu iş kolundaki cari adetleri, içinde bulunan ekonomik

durumu ve rakip firmaların izledikleri satış politikalarını gözönünde bulundurmak gerekmektedir (AKGÜÇ, 1998, ss.260-261).

Yeni kurulmuş işletmeler piyasada tutunabilmek veya pazar paylarını genişletebilmek için, rakiplerine göre daha esnek bir kredi politikası uygulayabilirler. Tutucu kredi politikası ile sadece kredi değeri çok yüksek olan müşterilere kredili satış yapan firmanın alacaklara bağlanan fonları azalır. Ancak esnek bir kredi politikası ile daha çok müşteriye kredili satış yapılırsa alacak seviyesi artacaktır.

Firmaların, genellikle ekonominin durgunluk dönemlerinde satış şartlarını kolaylaştırdıkları halde, ekonominin genişleme dönemlerinde daha çok peşin satış yapmak, satış sürelerini kısaltmak suretiyle, koşulları müşteriler aleyhine ağırlaştırdıkları gözlenmektedir (AKGÜÇ, 1998, s.261).

Kredi politikası belirlenirken firma değerine en fazla katkıyı verecek politika esas alınarak alacak tutarı bu doğrultuda düzenlenmelidir.

#### **1402. Alacak Tahsilatında Etkinlik ve Tahsilat Politikası**

Firmaların uyguladıkları tahsilat politikaları alacak seviyesine doğrudan etki edebilmektedir. Borçlarını ödemeyen yada ödemede geciken müşterilere peşin satış yapılması, bu müşterilerin daha sıkı bir şekilde izlenmesi ve gecikmeler karşılığında faiz talep edilmesi yönünde tahsilat politikaları izleyen, alacak devir hızı yüksek firmaların alacak seviyelerinde azalma görülecektir. Benzer şekilde sıkı bir tahsilat politikası izleyen bu işletmelerin alacak devir hızı artarak şüpheli alacak miktarında azalmaya neden olacaktır. Firma bir piyasada tekel konumunda değilse sıkı tahsilat politikası nedeniyle müşterilerinin sayısında azalma görülecektir.

Alacakların tahsilatında gevşek politika izleyen firmalar da ise alacaklara bağlanan fon miktarı artarken, gevşek tahsilat politikası sonucu artan şüpheli alacaklar ve tahsilatın gecikmesinden dolayı artan maliyetler firmanın kârlılığında olumsuz etkiye neden olacaktır.

Karşılaşılan bir başka sorun ise; bazı müşterilerin, vermiş oldukları senetlerin herhangi bir şekilde ciro edilmesini ve tahsil için bankaya verilmesini istememeleridir. Eğer işletme sahipleri senetleri ciro edecek veya tahsil için bankaya verecekse, müşteriler bu firmadan mal almamakta bu konuda da satıcıyı uyardıklarıdır. Bu da sıkı tahsilat politikasının vadeli satış seviyesini düşürmesi açısından diğer kanıt niteliği taşımaktadır.

### **1403. Müşterilerin Nitelikleri ve Kredi Limitleri**

İşletmeler, satışlarının peşin yada kredili yapılması ve kredili satışlarda hangi müşteriye ne kadarlık bir limit tanınacağı hususlarını belirlemede karar verme hakkına sahiptirler. Buna dayanarak işletmeler genellikle kendilerinden alışveriş eden müşterilerini çeşitli risk grupları altında toplarlar ve farklı gruplardaki müşterilere farklı kredi koşulları uygularlar. Müşterileri gruplandırmada esas alınan risk ölçüsü, bu müşterilerin geçmişte borçlarına karşı göstermiş oldukları tutum, başka bir deyişle borçlarını geri ödememe ihtimalleridir (BOLAK, 1998, s.109). İşletme borçlarını geri ödeyeceğinden şüphe duymadığı risksiz müşterilerine daha uzun vadeler ve geniş kredi limitleri sunarken, riskli müşterilere kısa vadeler tanıyacak yada peşin satış yapma yoluna gidecektir.

Firmalar müşterileri tabi tuttıkları gruplandırma esnasında ele aldıkları kredibilite ölçütlerini çok yüksek saptarsa, diğer bir ifade ile müşteri nitelikleri konusunda çok seçici davranırsa kredili satışlarının seviyesi düşecek, hatta müşterilerini, kredili satış konusunda geniş davranan firmalar ele geçirerek iş hacimlerinin düşmesine neden olacaklardır. Aynı şekilde işletmeler tarafından uygulanan kredi sürelerinin ve kredi limitlerinin artırılması, alacak tutarının artmasını sağlayacaktır.

### **1404. Fabrika İşletmeciliği ve Büro Hizmetlerinde Sağlanan Etkinlik**

İyi bir paketleme, zamanında ve hasarsız mal teslimi gibi etkin fabrika hizmetleri müşteriler üzerinde olumlu etki yapacaktır.

Büro hizmetlerindeki etkinlik de müşteriye etkileyecektir. Faturaların kısa sürede hazırlanarak gönderilmesi, müşteri hesaplarının iyi izlenmesi, takip usulü, ödemede geciken müşterilerin derhal uyarılması gibi hususlar firmanın alacak tutarını etkilemektedir



(AKGÜÇ, 1998, s.262). Bunların yanında satış personeli ve diğer personelin eğitimi, satış mekanlarının düzeni de alacak seviyesini etkilemektedir.

#### **1405. Müşterilerin Finanse Edilme İmkanları**

Finansal sıkıntı içinde bulunan kitleler kendileri için gerekli yardımı bankalar, firmalar ve benzeri kuruluşlardan elde etmeye çalışacaklardır. Ancak banka veya diğer finansal kuruluşlardan yardım almalarına yeterli olacak kredi değerliliğine sahip olmayabilirler. Bu gibi durumlarda firmalar, bu kitleler adına bankadan kredi alabilmekte ve böylece finansal sıkıntı içinde bulunan bu kitleleri müşterileri konumuna getirerek alacak seviyelerini etkilemektedirler. Burada alacak seviyesini etkileyebilecek müşteri finansmanının, bu müşterileri finanse edecek imkanların varlığına bağlı olduğu unutulmamalıdır.

#### **141. Kontrol Edilemeyen Faktörler**

Alacaklara yapılan yatırım tutarı, işletmenin kontrolünde olmayan bir takım faktörlerden de etkilenmektedir. Bunlar; satılan ve hizmetin özelliği, işletmelerin büyüklüğü, ekonominin durumu, rekabet durumu, satışlardaki mevsimlik değişmeler, mevzuatın getirdiği sınırlamalar ve endüstrideki örf-adetlerdir.

#### **1410. Satılan Mal ve Hizmetlerin Özelliği**

Müşteriye sunulan malların dayanıklılık düzeyi alacak seviyesini etkilemektedir. Gıda maddeleri gibi, hemen tüketilebilecek ve dayanıksız olarak nitelendiğimiz malları sunan firmaların vadeli satış süresi ve miktarının daha az olmasına karşın, inşaat sektörü ve sermaye malları üreten sektörler gibi dayanıklı tüketim malı üreten sektör ürünlerini sunan firmaların hem kredili satış miktarı hem de kredili satış için sundukları süre fazla olacaktır.

Alacak tutarını etkileyen diğer bir mal ve hizmet özelliği ise bu mal ve hizmetin birim satış fiyatıdır. Birim satış fiyatı düşük olan mallarda, birim satış fiyatı yüksek mallara nazaran kredi açmaya daha az ihtiyaç duyulmaktadır. Buna örnek olarak, beyaz eşya ve otomobil gibi birim satış fiyatı yüksek olan mamulleri satan firmaların alacak tutarlarının yüksek seviyede olmasını gösterebiliriz (NALÇACI, 1986, s.18).

### 1411. İşletmelerin Büyüklüğü

Büyük firmaların özsermaye yada borçlanma yoluyla kaynak bulma imkanları daha geniştir. Büyük firmaların, taşıdıkları risklerin azlığı nedeniyle daha az maliyetli kredi kullanma avantajları vardır. Bu avantaj kaynak maliyetlerinin düşük olması şeklinde yansımaktadır. Bu nedenle büyük firmaların vadeli satış yaparak müşterilerini finanse etme olanakları küçük firmalara oranla daha çoktur.

Büyüklüğün alacak seviyesini etkileyici bir diğer yönü de satış hacmi ile ilişkilendirilerek ortaya konulabilir. Büyük olarak kurulmuş birçok işletme satış hacmini korumak için müşteri seçiminde titiz davranmayarak alacakların artmasına neden olabilirler (CEYLAN, 2000, s.231).

Büyük firmaların bir kısmının kredili satışlarında finans işletmeleri gibi davrandıklarını gözlemlemek mümkündür. Örneğin; otomobil taleplerinin fazla olduğu ve sıraya koyma usulü ile satışların yapıldığı dönemlerde ülkemizde peşin satış yerine vadeliyi tercih ederek, adeta finans kuruluşu gibi davranarak, vadeli satışları nedeniyle otomobil üretim ve satışının kârından daha fazlasını, vadeli satış suretiyle kazanan kuruluşların bulunduğu görülmüştür (AKSOY, 1993, s.232).

### 1412. Ekonominin Durumu

Ekonominin durgunluk ve gelişme dönemleri firmanın alacak seviyesi üzerinde etkili olmaktadır. Ekonominin durgunluk döneminde satış hacmi gerileme eğilimine sahiptir. Bu nedenle işletmeler piyasadaki durumlarını korumak veya satışlarını artırabilmek için kredili satışlarını artırma yoluna gidebilirler. Ayrıca bu dönemlerde müşterilerin gelirlerindeki azalış borç ödeme kabiliyetlerini olumsuz etkilemekte ve alacak devir hızının düşmesine neden olmaktadır. Bu durumda alacakların miktarı görece olarak artmaktadır (NALÇACI, 1986, s.18). Öte yandan durgunluk döneminin satışları azaltma yönündeki etkisi firmaların alacak tutarını azaltabilmektedir. Müşterilerin borç ödeme kabiliyetinin azalışı bahsedilen etkisinden ayrıca firmaları likidite sıkıntısına sürükleyerek alacak seviyesini düşürebilecektir (ARIKAN II, 1974, s.29).

Ekonominin genişleme döneminde piyasada mevcut olan canlılığın satışları ve nakit ödemeleri artırdığını, dolayısıyla kredili satışları azalttığını söyleyebiliriz. Öte yandan ekonominin iyi devrelerinde gerek eski müşterilerin fazla miktarda mal satın almaları gerekse yeni alıcıların ortaya çıkması nedeniyle, kredili satışlar ve alacaklar artabilir.

Enflasyonist ortam ve enflasyonla ilgili beklentiler de vadeli satış kararı üzerinde etkilidirler. Vadeli olarak satış yaptığı, ancak enflasyon nedeniyle fiyat arttığı için aynı malı sattığı fiyatla yerine koyamayacağını düşünen firmalar vadeli satış yapmaktan kaçınacaktır (AKSOY, 1993, s.233).

### **1413. Rekabet Durumu**

Tekelci nitelik taşımayan piyasalarda rekabetin varlığı firmaların alacak tutarı üzerinde etkili olacaktır. Rekabetin mevcudiyeti satışları güçlendirici etki yapmaktadır. Rekabette pazar payını koruyarak ve genişleterek, satış tutarını ve kârını artırarak üstünlük sağlamak isteyen firmalar müşterilerine uygulayacakları kredili satış vadesini uzatacaktır.

Finansal yönden güçlü işletmelerin alacaklara daha fazla fon ayırabilme imkanları, vadeli satışları artırma suretiyle rekabette üstünlük sağlamalarına öncülük etmektedir. Yeni kurulmuş işletmeler piyasada tutunabilmek ve pazar paylarını genişletebilmek için rakiplerine göre daha esnek bir politika uygulayabilirler.

### **1414. Satışlardaki Mevsimlik Değişmeler**

Mevsimlik satış yapan firmaların alacak seviyesi mevsimlik satışlarına bağlı olarak artıp azalacaktır. Kimi kez talep kimi kez de üretim koşulları açısından mevsimlik değişmelerin etkisi altında çalışmalarını sürdüren kuruluşların alacakları, bu mevsimlik değişmelere göre aylar itibariyle farklılık gösterecektir. Üretimi mevsimlik hammaddelere bağlı olan mamullerin satışı ve dolayısıyla alacakların oluşması da üretime bağlıdır.

Satışlarda mevsimlik artış olduğunda alacaklar doğru orantılı bir gelişme gösterecektir. Çünkü bir işletme müşterilerine belirli bir kredi imkanı tanıyor ise satışlarının artması, kredili satışların artmasına dolayısıyla da alacak düzeyinin artmasına neden olacaktır.

### 1415. Mevzuatın Getirdiği Sınırlamalar

Devlet ekonomik hayatın düzenini sağlamak için bir takım kurallar ve sınırlamalar meydana getirmiştir. İşte alacak seviyesine etki edecek faktörlerden biri de devletin vadeli satış hususunda getirdiği sınırlamalardır. 23/02/1995 tarih ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un ve Kanun'da yapılan bir takım değişiklikleri belirleyici özelliğe sahiptir.

### 1416. Endüstrideki Örf ve Adetler

Her sektörde benimsenmiş bir takım özellikler vardır. Bazı endüstrilerde vadeli hatta uzun vadeli satış uygulamaları benimsenmişse endüstrideki herhangi bir firmanın mamullerini peşin satmak arzusunda oluşu o firmanın sektördeki payını kaybetmesine neden olur. Bu gibi vadeli satış politikasının benimsendiği sektörlerdeki firmaların alacak seviyeleri fazla olacaktır. Bu tip sektörlerde verilebilecek en iyi örnek beyaz eşya ve otomotiv endüstrisidir.

### 1417. Alacak Senetlerinin Kullanım Derecesi

Alacak senetleri vadesinden önce nakde çevrilme suretiyle işletmeye nakit girişi sağlarlar. İskonto edilerek vadesinden önce paraya çevirdiğimiz alacaklar, alacakların tahsilini hızlandırmakta ve böylece alacaklara yatırılan fon miktarının azalmasına neden olmaktadır. Ayrıca alacak senetleri ciro edilmek suretiyle de ödeme aracı olarak kullanılabilir. Ciro işleminde ise firmalar alacak senetlerini borçlarını ödemedi veya aldıkları bir malın bedeline karşılık olarak vermek için kullanırlar.

Ancak iskonto ettirmek için bankaya verilen senedin banka tarafından tahsil edilmemesi durumunda bankaların rücu hakkı doğar. Diğer bir ifade ile işletmenin kendisinden bu alacak tutarını geri ister. Benzer şekilde ciro işleminde de işletmelerin senet üzerindeki sorumluluğu devam eder. Senet borçlusu borcunu satıcıya vadesinde ödemediğinde senedi ciro yoluyla teslim alan bu satıcı, alıcı işletmeye rücu etme hakkına sahiptir. Her iki durumda da senet borçlusuyla kredili satış işleminin yapılabilmesi için

senet borçlusunun yani senedi verenin senetlerinin kabul görmesi ve borçlunun kredi değerliliğinin yüksek olması gerekmektedir.

Alacak hakkının finansman kurumuna devrini esas alan factoring işlemi de senetlerin diğer bir kullanım alanıdır. Factoringde alacağın tahsil edilmemesi durumunda alacağı devralan finans kurumunun işletmeye başvurma hakkı yoktur. Şüphesiz tahsil edilememe riskinin factoring şirketi de denilen finans kurumuna ait olması, senet için uygulanan iskonto oranının yüksek olması sonucunu doğuracaktır.

### 15. İşletmelerde Alacak Yönetimi

Firmanın bedelini hemen peşin olarak tahsil etmediği her satış bir alacak meydana getirmektedir. Firmalar genel olarak hemen ödeme yapılmasını tercih ederler. Geleneksel uygulama firmanın malları göndermesini ve müşterinin daha sonra ödeme yapmasını gerektirmektedir. Böylesi durumlarda firmalara hemen ödeme yapılmasını talep etmekte güçlüklerle karşılaşılırlar. Bazı hallerde müşterinin ödemesini bir süre geciktirmesine izin vermek, satışı sağlamak için zorunludur (KOLB-RODRÍGUEZ, 1996, s.75).

Firmanın toplam satışları içerisindeki kredili satışların artması alacaklara bağlanan fon miktarını da artıracaktır. Alacaklara yapılan yatırımların önemli tutarlara ulaşması hatta çok sayıda firmada alacak tutarının stoklara yapılan yatırımı aşmasının yanı sıra birçok iş kolunda genellikle son yıllarda alacakların satışlara oranının yükselme eğilimi göstermesi de dikkatleri daha başarılı bir alacak yönetimi üzerine çekmiştir. Alacak yönetiminin firmanın para girişi, kârlılığı veya finansman gereksinimi üzerinde önemli etkileri vardır. Alacak yönetiminde etkinlik sağlamakla firma para girişlerini hızlandırabileceği gibi kârlılığını artırabilir ve aynı iş hacmini müşterilerine daha az kaynak bağlamak yolu ile çevirebilir. Alacak yönetiminde özellikle şu üç değişkene ilişkin kararlar, sorunun temel yönlerini oluşturur (AKGÜÇ, 1998, ss.259-260).

- a) Satış koşullarının saptanması. Satış koşulları hem alacak tutarını hem de alacakların kalitesini, tahsil kabiliyetini etkiler.
- b) Kredili satış önerisinin kabulü veya geri çevrilmesi.
- c) Tahsili gecikmiş alacaklara ilişkin tahsilat politikası

Kredi açmanın bir riski vardır. Çünkü müşterilerin tamamı borçlarını ödemede her zaman aynı özeni göstermeyebilirler. Kimi müşteriler borçlarını tam vadesinde öderken, kimileri geciktirerek ödemekte, kimileri ise hiç ödememektedirler. Kredili satış yapmakla müşteriler finanse edilirken, müşteri tarafından borçların geciktirilerek ödenmesi ilave maliyetlere neden olacaktır. Alacakların tahsil edilememesi durumunda satış kârının ötesinde, doğrudan ana sermaye unsurunun kaybedilmesi söz konusu olmaktadır.

Kredi talebinin kabul yada reddedilmiş olmasına göre firmanın, kazanç ve kayıplarına ilişkin karşılaşılabileceği alternatiflere ilişkin sonuçlar tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo : 1**  
**Kredi Kararının Altı Alternatif Sonucu**

Müşterilerin ödeme davranışları	Firmanın Davranışı	
	Krediyi kabul etmek	Krediyi reddetmek
Müşteri zamanında öder.	1. Kârlılık artar.	2. Satışlar ve kârlılık kaybolur.
Müşteri ödemeyi geciktirir.	3. Tahsilat masrafları yapılır.	4. Satışlar ve kârlılık kaybolur. Tahsilat masrafları önlenir.
Müşteri asla ödemez.	5. Tahsilat ve şüpheli alacaklar masrafları çıkar.	6. Tahsilat ve şüpheli alacak masrafları önlenir.

Kaynak: SMITH, 1979, s.117

1. sonuçta müşterinin zamanında ödemesi dolayısıyla kredinin kabul edilmesi doğru bir karar olacaktır. Bu sonuçta firma kârlılığı artacaktır. Müşterinin ödemeyi zamanında yaptığı 2. sonuçta, kredinin reddedilmesi satışların ve kârlılığın kaybolmasına neden olur. 5. sonuçta müşteri hiç ödeme yapmadığı için, firma tahsilat ve şüpheli alacak maliyetine maruz kalır. Son olarak 6. sonucun, müşterinin asla ödeme yapmadığı durum olması nedeniyle, firmanın krediyi reddetmesi en doğru karar olacaktır. Çünkü burada firma, tahsilat masrafları ve şüpheli alacak zararlarının önlenmesi vasıtasıyla kârlılık değerini artırabilir. Diğer iki sonucun netliği daha azdır. 3. sonuçta, kabul edilen kredi tam zamanında olmasa da eninde sonunda müşteri tarafından geri ödenir. Müşteriye sağlanan

bu imkanın sonucu olarak tahsilat masrafları nedeniyle firmanın kârlılığı düşer. Yavaş ödeme yapan müşterilere 4. sonuçta olduğu gibi kredi izni verilmezse beklenen kârlılık kaybı, tahsilat masraflarının önlenmesiyle dengelenecektir.

Firmanın kredi politikasının sonuçları aşağıdaki gibi tanımlanabilir. Başarılı sonuç 1. ve 6. sonuç, sakınılması gerekenler 2. ve 5. sonuç, maliyetlerin en aza indirgenmesini akla getirenler ise 3. ve 4. sonuçtur.

Alacaklara yapılan yatırımı bir sermaye yatırımı gibi değerlendirmek gerekir. Kredili satışların firmaya sağlayacağı yarar, sermayenin maliyeti de dikkate alınarak, kredili satışların getirebileceği maliyetlerin üzerinde olduğu sürece kredili satışlara devam edilebilir.

### **150. Alacakların Toplam Varlıklar İçindeki Önemi**

Mal ve hizmet ticaretinde taksitlendirmenin son zamanlarda artış göstermesi alacakların firmanın toplam varlıkları içinde artış göstermesini sağlamıştır. Satışta bu şekilde vadelenendirme yapılması için şüphesiz vadeli satışın koşulları ve tahsil edilme yöntemleri gibi hususların önceden belirlenmesi gerekir. Bu doğrultuda alacak hesaplarının, işletmede alacak yönetimi üzerinde dikkatle durulması gereğini ortaya çıkardığını söyleyebiliriz.

Ülkemizdeki firmaların alacak hesaplarının durumunu gözetlemek için Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası verilerini ele alarak araştırma yapabiliriz. Araştırma kapsamında imalat sanayiinin üç yıllık bilanço verileri incelenmiş, gerekli veriler tablo 2'de derlenmiştir. Buna göre ticari alacakların dönen varlıklar ve toplam aktif içerisindeki oranı hesaplanmıştır.

Araştırma sonuçlarından da anlaşıldığı üzere dönen varlıklar içinde yaklaşık %36'lık, aktif toplamı içinde ise yaklaşık %21-22'lik paya sahip olan ticari alacakların önemli olduğu ve özenle yönetilmesi gerektiğini söyleyebiliriz.

Tablo : 2

## Ticari Alacakların Dönen Varlık ve Aktif Toplamı İçindeki Miktarı

Yıllar	2001	2002	2003
Ticari Alacaklar (000 YTL)	13.410.589,5	18.657.255,6	22.226.485,8
Dönen Varlıklar (000 YTL)	37.288.122,0	52.434.259,7	62.057.513,5
Aktif Toplam (000 YTL)	60.862.807,0	88.823.044,6	108.185.754,3

Kaynak: <http://www2.tcmb.gov.tr/sektor/2004/Tablolar/d12.xls>

	<u>2001</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
$\frac{\text{Ticari Alacaklar}}{\text{Dönen Varlıklar}} \times 100 =$	%36	%35,5	%35,8
$\frac{\text{Ticari Alacaklar}}{\text{Aktif Toplamı}} \times 100 =$	%22	%21	%20,5

İşletmelerin döner varlıklar kaleminin özelliğinin likit bir yapıya sahip bulunmak olması nedeniyle, alacaklardan elde edilecek nakit akışlarını kontrol altında tutmak ve likit yapısının korunmasını sağlamak gerekmektedir.

Satışların kredili yapılmaması durumunda işletmenin faaliyet devri nakit-stok-nakit şeklinde olacaktır. Ancak kredili satış yapılması durumunda faaliyet devri, nakit-stok-alacak-nakit şeklini alacaktır. Alacakların ortaya çıkması nedeniyle toplam varlıklar artacak ve bu artış yeni bir yönetim sorunu meydana getirecektir. Alacakların çoğunluğunun vade sonunda tahsil edilememesi firmanın nakit varlıklarının azalmasına ve böylece nakit dengesinin bozulmasına neden olacaktır. Bu durum ise işletmenin nakit ihtiyacını karşılamak için borçlanma yoluna giderek finansman giderlerini artırmasına neden olacaktır.



Bununla birlikte alacakların parasal değerleri sabit olduğundan enflasyonist ortamda reel değerleri düşmektedir (ÖNAL, 1998, s.13). Ayrıca enflasyonun servet transferi sağlama aracı olması nedeniyle işletme varlıklarının başkalarına transferine de neden olabilir. Sonuç olarak varlıklar içinde çok büyük bir öneme sahip olan alacaklar iyi bir sistemle yönetilmelidir.

### 151. Alacak Yönetiminin Temel Amaçları

Bütün varlık unsurlarının yönetimindeki amacın işletmenin net şimdiki değerini artırmak olduğu gibi, alacakların yönetiminde de temel amacın işletmenin net şimdiki değerine katkıyı artırmak olduğunu söyleyebiliriz. Bu amacı gerçekleştirmek için gözönünde bulundurulması gereken amaçlar da bulunmaktadır.

#### 1510. Likiditeyi Korumak

Etkili bir alacak yönetimi kredi süresini azaltarak alacaklara bağlanan fon miktarını azalttığı ölçüde likiditeye etki sağlamaktadır. Firma alacaklardan elde edilecek nakit akışlarını kontrol altında tutarak likit yapısını korumalıdır. Vade sonunda alacakların tahsil edilememesi firmanın nakit durumunda bozulmaya neden olacaktır (NALÇACI, 1986, s.20). Bunun sonucu olarak da alacaklara yapılan yatırım miktarında artış meydana gelecektir. Vadeli satışlar sonucunda meydana gelen alacaklar etkin bir şekilde yönetilerek likidite sorununa çözüm sağlanabilmektedir. Etkin alacak yönetiminin likidite üzerine etkilerini bir örnek yardımıyla açıklayalım.

*Örnek:* Bir işletmenin sermayesi 8000 YTL, müşterilerindeki alacakları 2000 YTL ve yıllık satışları da 10000 YTL'dir.

Bu duruma göre işletmenin müşterilerine tanıdığı kredi vadesi ticari alacaklarının günlük satışlarına oranı ile bulunur.

$$\text{Müşterilere Tanınan Ortalama Kredi Süresi} = \frac{\text{Ticari Alacak Tutarı}}{\text{Günlük Satışlar}} = \frac{2000}{\frac{10.000}{365}} = 73 \text{ gün}$$

Bu sonuca göre işletme müşterilerine borçlarını ödemeleri için ortalama 73 günlük bir vade tanımıştır.

Firma, müşterilerine daha az fon transferi yoluyla likiditesini artırmak için vadeyi 45 güne indirme kararı alırsa sağlayacağı likidite tutarı;

Ticari Alacak Tutarı = Günlük Kredili Satış x Alacakların Ortalama Tahsil Süresi

$$\text{Ticari Alacak Tutarı} = \frac{10.000}{365} \times 45 = 1232,88 \cong 1233 \text{ YTL}$$

Firma müşterilerine 45 günlük vade tanırsa yaptığı satış sonucu müşterilerine sadece 1233 YTL'lik fon aktarımı yapmış olacaktır. Böylece  $2000-1233=767$  YTL tutarında likidite sağlanmış olacaktır.

Likidite, genişleme halindeki bir işletmenin kendini finanse etmesinin önünde bir problem teşkil edebilmektedir. Gelişme halindeki bu firma, büyüme esnasında göstereceği faaliyetleri için malzeme harcaması gibi bir takım harcamalarla karşı karşıya kalacağından likidite ihtiyacı içine girmektedir. Örneğimizdeki gibi sadece müşterilerine tanıdığı vadeyi 73 günden 45 güne indirerek, başka finansman kaynağına başvurmadan likidite ihtiyacının 767 YTL'lik kısmını karşılayacaktır. Ancak böyle bir alacak kontrolünde dikkat edilecek husus, işletmenin likidite temin ederken müşterilerini kaçırmaması, dolayısıyla satış kaybıyla karşı karşıya kalmamasıdır.

### **1511. Alacaklara Yapılan Yatırımı Emniyet Altına Almak**

İşletmelerde alacaklara yapılan yatırım önemli tutarlara ulaşmaktadır. Alacakların çoğunun niteliksiz hesaplar olması durumunda işletmenin alacaklara yaptığı yatırımın riski yüksek olacaktır. Bu nedenle kredi yönetiminde etkinlik sağlayarak, yani müşterileri iyi analiz edip tahsilat prosedürlerini düzenleyerek alacaklara yapılan yatırımın riski azaltılabilir. Alacaklara yapılan yatırımın emniyeti konusunda bilgi sağlamak amacıyla protesto edilen senet miktarı mercek altına alınabilir.

**Tablo : 3**  
**Yıllar İtibariyle Protesto Edilen Senetler**

Yıllar	Protesto Edilen Senet Sayısı			Protesto Edilen Senet Tutarı (milyon TL)		
	As.Bil.Lm.* ve Üstü	As.Bil.Lm. Altı	Toplam	As.Bil.Lm. ve Üstü	As.Bil.Lm. Altı	Toplam
2000	161.896	697.931	859.827	496.143.861	133.659.527	629.803.388
2001	196.880	608.179	805.059	950.775.832	164.017.881	1.114.793.713
2002	146.329	352.419	498.748	696.703.591	119.471.716	816.175.307
2003	197.393	282.838	480.231	797.209.565	110.731.443	907.941.008
2004	258.620	205.883	464.503	1.117.710.181	88.630.957	1.206.341.138

\* As. Bil. Lm.; Asgari Bildirim Limiti

Kaynak: [http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI\\_TUTAR\\_2000.html](http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI_TUTAR_2000.html)  
[http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI\\_TUTAR\\_2001.html](http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI_TUTAR_2001.html)  
[http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI\\_TUTAR\\_2002.html](http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI_TUTAR_2002.html)  
[http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI\\_TUTAR\\_2003.html](http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI_TUTAR_2003.html)

Senet bazı asgari bildirim limiti (protestolu senet bildirimine esas asgari tutar);

2000 yılı için 600 milyon liradır.

2001 yılı için 800 milyon liradır.

2002 yılı için 1 milyar liradır.

2003 yılı için 1 milyar liradır.

2004 yılı için 1 milyar liradır.

Tablo 3 incelendiğinde protestolu senet bildirimine esas asgari tutar üstü senet sayısı 2004 yılında (bildirim limiti artmış olsa dahi) artmıştır. Bu da limitin artırılmış olmasına rağmen bildirimde bulunulan protestolu senetlerin arttığının göstergesidir. İncelemenin daha sağlıklı olması açısından bildirim limiti altı ve üstü bütün protestolu senetlerin toplamını ele alalım. Protestolu senet sayısı 2004 yılında düşüktür. Senet sayısındaki bu azalmaya rağmen protestolu senet tutarı artış göstermiştir. Bu da protestolu senet tutarındaki artışa ve alacaklara yapılan yatırımı emniyet altında tutmaya verilmesi gereken öneme dikkat çekmektedir.

Tablo 3'te dikkati çeken bir nokta ise, 2002 yılında protestolu senet sayısının azalış göstermesi ancak tutarın diğer yıllarda olduğu gibi artmamasıdır. Diğer yıllarda protestolu senet sayısı arasında oluşan en büyük fark, 2000-2001 yılları arasındaki 54.768 birim farktır. Ancak 2001-2002 yılları arasında protestolu senet sayısında meydana gelen 306.311 birimlik düşüş doğal olarak protestolu senet tutarında da azalışa neden olmuştur. Esasen, bu istisna protestolu senet tutarındaki artışın ispatına ve günümüze geldikçe alacaklara yapılan yatırımı emniyet altına alma gereğinin varlığına engel değildir.

### **1512. İşletmenin Kârını Artırmak**

İşletme alacaklara, kârını artırmak amacıyla yatırım yapar. Yürütülen vadeli satış politikası firmanın satışlarına, artırıcı yönde etki yapacaktır. Artan satışlar firmanın kârlılığını da artıracaktır. Bu nedenle satışların artışı dolayısıyla kârlılığın artmasına yapacağı katkı nedeniyle, vadeli satışlar benimsenmektedir.

Vadeli satışın yukarıda belirtilen nedene bakılarak benimsenmesi tek başına yeterli olmamaktadır. Kârları artırıcı yönü yanında müşterileri finanse etmenin ve fonları müşterileri finanse etmede kullanmanın, diğer bir ifade ile alacaklara bağlanan fonların maliyeti olduğu da dikkate alınmalıdır. Alacakları finanse eden fonlar herhangi bir kaynaktan alınan krediler olduğunda, kullanılan krediye ödenen faiz ve giderler alacakların da maliyetini oluşturur. Firmanın kendi fonları ile müşterileri finanse etmesi halinde de firmanın sermaye maliyeti, alacaklara bağlanan fonların maliyetidir. Bu nedenle vadeli satış yapmak suretiyle alacaklar artarken bu işlemin maliyetinin tespit edilmesi ve maliyetin vadeli satışların kârlarda yaratacağı artışlarla karşılaştırılması gerekir.

Alacaklara yapılan yatırım kararlarının verilmesinde likiditeyi koruyacak, kârı en üst düzeye çıkaracak, riski ise azaltacak bir yatırım miktarının belirlenmesi gerekmektedir. Bunu sağlarken de gerekli karar analizlerinin yapılmasını, bu kararların etkin bir biçimde uygulanmasını ve zaman içinde kararların iyileştirilmesini ve değişen koşullara uyumunu sağlayacak bir sistemin oluşturulması gerekir (NALÇACI, 1986, s.21). Alacak kontrolünün kârlılık üzerindeki etkilerini değişik açılardan gözlemlemek mümkündür.

### **15120. Şüpheli Alacakları Azaltarak Kârı Artırmak**

İşletmeler kredili satış sonucu satışlarında artış sağlarlar. Ancak satışlarda meydana gelen artış tahsili şüpheli yada tahsil edilemeyen alacakları da beraberinde getirir. Bu nedenle şüpheli alacaklara karşı gerekli tedbiri almak gerekmektedir. Alacakların kontrolünün kâra ilk etkisi bu şüpheli alacakları azaltmak yolu ile olur.

Bir işletmenin 10.000 YTL'lik yıllık satış sonucu 7000 YTL'lik ek kâr elde ettiği ve dönemin sonunda kredili satışlarının 700 YTL'sini tahsil edemediğini varsayarsak; işletme vadeli satışları dolayısıyla (7000-700) 6300 YTL tutarında yıllık ek kâr sağlamış olacaktır. İşletmenin bu satışlardan sağladığı yıllık kâr %10 azalmış olacaktır.

Görüldüğü gibi; işletmenin müşterilerini analiz ederken etkin davranmayı ve tahsilat politikasında meydana gelebilen gevşeklikler işletme kârında azalmaya neden olmaktadır.

### **15121. Borçluların Sayısını Değiştirmek Yoluyla Kârı Artırmak**

İşletmenin borçlu sayısını değiştirerek kârını artırması, borçlu sayısını azaltmak veya artırmak gibi iki şekilde olur.

Daha önce değinildiği gibi kredili satışların kârı artırıcı yönü yanında müşterileri finanse etmenin ve fonları müşterileri finanse etmede kullanmanın maliyeti vardır. Alacakları finanse etmede kullanılan fonlar herhangi bir yabancı kaynaktan alınan krediler olabilir. Bu durumda fonların maliyeti krediye ödenen faiz ve giderlerdir. Öte yandan müşterileri finanse etmede kullanılan kaynağın işletmenin kendi fonları olması durumunda ise maliyet, firmanın sermaye maliyeti olacaktır.

Firmanın müşterileri finanse etmek amacıyla yabancı kaynak kullanması durumunda, müşteri sayısı azaltılarak yabancı kaynağa ödenen faiz gibi maliyet unsurları azaltılabilir ve işletmenin kârı bu oranda artırılabilir. Bunun yanında müşteri sayısı azaltılarak tahsilat işlemleri için yapılan giderlerde meydana gelen azalma dolayısıyla işletme kârında artış meydana gelecektir.

Müşteri sayısındaki değişimin işletme kârı üzerine diğer bir etkisi ise müşteri sayısını artırma durumunda karşımıza çıkmaktadır. İşletme kredili satış yaptığı müşteri sayısını artırarak birim müşteri başına düşen satış tutarının azalmasını sağlamış olacaktır. Bu durumda ise alacakların tahsil edilememe riskini azaltarak işletmenin kârının artmasını sağlayacaktır.

### **15122. Satış Seviyesini Çoğaltarak Kârı Artırmak**

Alacak hesabı, firmanın mal veya hizmetlerini kredili satması sonucu oluşur. Ancak satış seviyesinin etkilenmemesi durumunda firmalar nakit satışları tercih edeceklerdir. Çünkü müşteri tarafından ödeme hemen yapılacak ve kredilendirmenin firmaya yüklediği dolaylı ve doğrudan maliyetler ortadan kalkacaktır.

İşletmeler vadeli satış yaparak mamullerine olan talebi artırabilirler. Meydana gelen herhangi bir ek talep üretim faaliyetlerinin artışına, bu da birim maliyetini düşmesine ve kârlılığın artmasına neden olacaktır.

Alacaklar hem nakit hem de menkul kıymetlerden daha az likit olmasına rağmen çoğu firma için önemli bir yatırımdır. Önemli olan, hisse sahiplerinin gelirini maksimum yapmak için alacaklara ne kadar yatırım yapılacağıdır. Çok az yatırım firmayı daha yüksek satışlardan gelecek marjinal yarardan mahrum bırakır. Bunun yanında çok fazla yatırım da kıymetli olan nakdi, alacaklara bağlamak suretiyle aşırı maliyetlerle firmayı yüz yüze getirebilir. Bu da gösteriyor ki firma açısından kredili satışlardaki artış, her zaman firma kârlılığında da bir artış olacağı anlamına gelmez. Kredili satışlardaki artıştan sağlanan kazancın, müşterilere açılan kredilerin finansman maliyetini aşması durumunda bir kârlılıktan söz edilebilir. Öte yandan, kredili satışların meydana getirdiği satış hacmi artışı, stokları azaltacak ve bu da firmada olumlu etkilerde bulunacaktır.

### **15123. Alacakları Tahsil Etmek İçin Katlanılan Masrafları Azaltarak Kârı Artırmak**

Alacak tahsilinde kullanılan birçok yöntem vardır. Bu yöntemlerin bazıları; mektupla tahsilat, telefon görüşmeleri, elektronik fon transferi, toplama bankacılığı ve benzerleridir.

Alacak tahsili için yürütülen bu faaliyetler işletmenin kârını etkileyebilmektedir. İşletme bu yöntemler içinde en düşük maliyeti içeren ve en yüksek faydayı verecek olanı tercih etmelidir. Müşterinin borcunu işletmeye en kolay ve masrafsız ulaşmasını sağlayan yöntem veya yöntemlerin belirlenmesi alacak yönetiminde çok dikkatli davranılması gereken bir noktadır. Çünkü tahsilatı ucuz olmasına rağmen paranın işletmenin kullanımına geçiş süresinin uzun olması nedeniyle kullanım maliyetinin yüksek olduğu yöntemler iyi analiz edilip karar buna göre verilmelidir.

### **152. İşletmelerde Kredi Fonksiyonun Yeri**

İyi yönetilen işletmelerde etkili bir kredi fonksiyonu için, sorumlulukların ve yetki alanlarının açık bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Küçük işletmelerin başlangıç dönemlerinde kredi ile ilgili kararların çoğu, genellikle işletmenin sahibi veya en üst yöneticisinin sorumluluğundadır. Ancak işletmeler büyüdükçe bazı önemli kararların verilme yetkisi yine üst yönetimde kalmakla birlikte, nakit sağlamak ve şüpheli alacakları en aza indirmek gibi bir kısım sorumluluklara sahip olan kredi bölümünün kurulması zorunlu olmaktadır (HAWKES- SLATER, 1988, s.45).

Bir işletme ticari kredi bölümü kurduğunda, bu bölümün şirketin yönetim kademesinde nerede konumlanacağı, üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Bu sorunun çözümünde işletmenin büyüklüğü, müşterilerinin coğrafi dağılımı ve sayısı, işletmenin esas faaliyet konusu rol oynamaktadır. Büyük ölçekli işletmelerde kredi bölümüne ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun yanında müşterileri geniş bir coğrafik alana yayılmış ve kredi hesapları oldukça çok olan bazı büyük işletmeler ticari kredi yönetimini, yerinden yönetim esasına göre organize edebilirler (ERKAN, 1990, s.44). Bu şartlarda müşterilerin istekleri daha yakından takip edilebileceği için daha etkin bir hizmet sağlama imkanı doğacaktır. İmalat işletmelerinde satışların büyük bir kısmı kredilidir. Bu nedenle etkili bir kredi bölümüne ihtiyaç duyarlar. Hizmet şirketleri ise genelde daha az kredili satış yaptıklarından kredi ile ilgili sorunlar yaşamamaktadırlar.

Küçük işletmelerde genelde sahip yada üst yöneticileri tarafından yürütülen kredi faaliyetleri, büyük ölçekli firmalarda örgütün satış, pazarlama, muhasebe ve finans

bölümüyle koordineli yürütülebileceği gibi, bağımsız bir kredi bölümü oluşturularak da yürütülebilir.

### **1520. Satış - Pazarlama Bölümüne Bağlı Kredi Bölümü**

Güçlü bir satış veya pazarlama bölümü olan işletmelerde, pazarlama fonksiyonu kredi yönetimiyle yoğun bir şekilde ilgilenmektedir.

İşletmeler satışlarını artırmak için, satış elemanları çeşitli şekillerde ödüllendirirler. Ödüllendirme, komisyon vermek veya satış üzerinden prim yoluyla değerlendirme şekillerinde olmaktadır. Bu durumda, kredili satışlar peşin satışlarla aynı ödüllendirmeye tabi tutulursa kredili satışları teşvik etme durumu ortaya çıkar. Risk oranı ve ticari kredilerin şüpheli hale gelmesi ihtimali büyüür. Böyle durumlarda satış bölümü içinde bulunan bir kredi yöneticisi, olması gereken ayırımı sağlayabilir. Diğer taraftan ise tek başına bir kredi yöneticisinin diğer satış elemanlarını bunaltması sonucunda yeterli araştırma yapmadan, çok fazla kredili satış yapması durumu da ortaya çıkabilir. Bu olumsuz neticelerin de yönetim tarafından değerlendirilmesi gerekir (ERKAN, 1990, s.41).

### **1521. Muhasebe – Finans Bölümüne Bağlı Kredi Bölümü**

Geleneksel olarak kredi bölümünün yerleştirilmesi bu şekilde olmaktadır. Bu yaklaşımı uygulayan işletmelerde kredi yöneticisi, muhasebe veya finans görevlisinin görevini üstlenmiş durumdadır. Bu işletmeler için en büyük fayda, kayıt tutmanın kolaylaşmasıdır. Küçük işletmelerde kredi bölümünü muhasebe-finans fonksiyonu olarak değerlendirmenin nedeni özellikle küçük işletmelerde, kredili satışlardan sağlanan fonların toplanmasının nakit akışı için önemli olmasıdır (ERKAN, 1990, s.40).

Kredi yöneticisinin, şirketin finans müdürünün gözetimi altında da olması durumunda yani kredi bölümünün finans bölümüne bağlılığında, pazarlama bölümüne bağlı olması durumuna göre, karar almada ortaya çıkabilecek bir takım farklılıklar vardır. Finans yöneticisi üretim yada kredili satış süresi boyunca riskleri minimum kılmak amacıyla kredili satışların ödenmemesi ihtimalini ve sermaye maliyetlerini azaltarak, sınırlayıcı bir kredi politikası izlemeyi tercih ederken, pazarlama yöneticisi esnek bir satış politikası



izlemeyi tercih ederek uzun ödeme süresi ve olabildiğince fazla satış ilkesiyle maksimum satış amacına ulaşmayı isteyebilir.

Bu tür yaklaşımın sakıncaları vardır. Birincisi; muhasebeci bir dizi başka sorumlulukları olan görevli olması nedeniyle kredi yönetimi için yeterli dikkati toplayamaz. İkincisi; kredili satışlar söz konusu olduğunda muhasebeci oldukça tutucu davranır. Bu durum satışlar üzerinde olumsuz etki yaratır. Aynı zamanda satış bölümüyle olan ilişki zayıftır. Etkili bir ticari kredi bölümünde olması gereken ilişki eksik kalabilir. Bu sorunlar gelişmiş büyük işletmelerde olmayabilir. Fakat yönetimin bu tür sorunun çıkabileceğini dikkate alması gerekir (ERKAN, 1990, s.40).

### **1522. Bağımsız Bir Bölüm Olarak Kredi Bölümü**

Kredi yöneticilerince işletme içinde bağımsız bir yere sahip olmak genellikle arzulanan bir durumdur. Böyle bir organizasyon içinde, muhasebe ve satış bölümlerinin yetkileriyle donatılan kredi yöneticisi bağımsız bir bölüm içinde faaliyetlerini sürdürmektedir.

Bu pozisyonda görev alacak personelin eğitim ve tecrübe eksiklikleri bağımsız kredi bölümü yaklaşımı için bir problem teşkil etmektedir. Bağımsız kredi bölümü oluşturulduğunda kredi yönetimi ve muhasebe personeli arasında bazı görevlerin sorumluluğunun kime ait olduğunun belirlenmesinde güçlüklerle karşılaşılır. Borçlular hesabının kontrolünden kimin sorumlu olacağı gibi konularda bir sorunla karşılaşıldığında, bu bölümle ilgili hazırlıkların önceden yapılmış olması ve kredi yöneticisi olacak kişinin yetenekleri ve eğitim durumunun önceden gözden geçirilmesi, sorunun çözümünde fayda sağlayacaktır. Kredi yöneticisinin sürekli olarak muhasebe bölümünde istihdam edilmiş olması durumunda, alacağı kararlarda muhasebe yaklaşımının daha ağırlık kazanacağı gerçeği gözden kaçmamalıdır. Bu nedenle yetenekli kredi müdürü ve uygun şekilde eğitilmiş kurmay personel olmaksızın bağımsız bir kredi yönetimi bölümü oluşturma yönünde çaba harcamak gereksizdir (ERKAN, 1990, s.42). Kısa dönemde bu faktör, kredi yönetimi bölümünün yerleştirilmesinden daha önemlidir.

### 153. Kredi Maliyetleri

İşletmelerin satış artışı ve kârlılık gibi amaçlarını gerçekleştirmek için kredili satışlara yönelmesi sonucu artan kredili satışlar, doğal olarak müşteri finansmanı maliyetinin ve buna bağlı diğer maliyetlerin artmasına neden olacaktır. Satışları artırmak için uygulanan esnek bir kredili satış politikası uygulanması sonucu aşağıda sıralanan maliyetlerin ortaya çıkabileceği söylenebilir.

a)Esnek bir kredi politikası sonucu satışlar daha riskli bir müşteri grubuna yayıldığından yeni müşterilerin ayrıntılı analizi nedeniyle maliyet artabileceği gibi tahsil giderleri ve tahsil edilemeyen alacakların maliyeti de artabilmektedir.

b)Kredili satışlar sonucu oluşan alacakların işletme içi veya işletme dışı bir kaynaktan finanse edilmesi gerekir. Bu durumda firma alacaklarını yeni dış kaynakla finanse ederse, ödenecek ek faiz nedeniyle maliyetlerde artış meydana gelebilecektir.

c)Firma, artan alacaklarını özsermaye ile finanse etme yolunu seçmesi durumunda özsermayenin yeterince kârlı kullanılmaması sonucu artan fırsat maliyetine maruz kalabilecektir.

Firma açısından kredili satışlardaki artış her zaman firma kârlılığında da bir artış meydana geleceği anlamına gelmez. Beklenen kârlılığın elde edilebilmesi için kredili satışlardaki artıştan sağlanan kazancın, müşterilere açılan kredilerin bütün maliyet unsurlarını aşması gerekmektedir. Bu noktada dikkat edilmesi gereken bir diğer husus da kredili satışların, stokların azalması dolayısıyla olumlu bir katkı meydana getirmesidir. Bütün bunlar dikkate alındığı takdirde doğru bir kredili satış politikası oluşturulabilmektedir.

### 1530. Sermaye Maliyeti

Kredili satış işleminde müşteriye malın satışıyla, müşterinin ödeme yapması arasında zaman farkı vardır. Bu arada firmanın kendi yükümlülüklerini karşılamak için ilave fona

ihtiyacı olacaktır. Kredili satışları destekleyen bu ilave fonun maliyeti krediye ayrılan sermayenin maliyetini oluşturur (KHAN- JAIN, 1982, s.694).

Ödenmiş sermayesi büyük ve kaynakları elverişli olan işletmelerde ticari kredinin finansmanına ayrılacak olan kaynak fazla olacaktır. Bu işletmelerde ticari kredi diğer kaynaklardan finanse edilmediği için maliyeti de düşük olacaktır. Ancak ödenmiş sermayenin ticari kredinin finansmanında kullanılması durumunda fırsat maliyetini tam olarak hesaplamak çok zordur (ERKAN, 1990, s.47).

Birçok işletmede ticari borçların finanse edilmesinde özsermaye kullanılmaktadır. Özsermayenin yanı sıra farklı kaynaklar da kullanılmaktadır. Ticari kredi açılan işletmeler borçlarını zamanında geri ödemezlerse kredi açan işletmeler zor durumda kalacak ve yüksek miktardaki kredileri elde etmek için çaba sarfedeceklerdir. Bu nedenle işletmeler müşterilerine ticari kredi açtıklarında faiz oranı olarak banka kredi oranını yada bu oranın biraz daha fazlasını uygulamaktadırlar. Ticari kredilere banka faiz oranlarının uygulanması maliyetlerin hesaplanmasında kolaylık sağlamaktadır (ERKAN, 1990, s.47).

### **1531. Ödemelerin Gecikmesinden Kaynaklanan Maliyetler**

Bu maliyetler müşterilerin kredi süresinin dolması ardından ödeme yükümlülüklerini karşılamada gecikmelerinden meydana gelir. Bu maliyetin önemli bileşenleri (KHAN- JAIN, 1982, s.695);

- a) İlave süre yüzünden bloke olan fonun maliyeti
- b) Geciken ödemelerin tahsilatının yapılması için gereken ilave çabalardır. (geciktirilen ödemelerin hatırlatılması amacıyla gösterilen tahsilat çabaları ve gerekli yasal işlemlerin masrafları)

Müşteriye ödemenin geciktiğini bildiren mektup, telefon ve bunların dışındaki tahsilat çabaları bu grup maliyetler içinde ele alınabilmektedir. Ödemelerin gecikmesi neticesinde bir takım yasal prosedür uygulanması durumunda, bu doğrultuda yapılan masraflar da birer maliyet unsuru meydana getirmektedir.

### 1532. Batık Kredi Maliyeti

Kredi yönetim bölümünü etkin bir şekilde organize edilmediği sürece, kredili satışların bir bölümünün tahsil edilmesi mümkün olmayabilir. Müşteri tarafından ödenmeyen alacak hesabına batık kredi, bu şekilde firmanın katlandığı maliyete ise batık kredi maliyeti adı verilir. Satışların tamamının peşin gerçekleşmesi durumunda batık kredi maliyetinin ortaya çıkmayacağı açıktır. Aynı şekilde sıkı bir kredi politikasının izlenmesi, açılan kredilerin geri dönmeme olasılığını azaltacağından batık kredi maliyetini düşürebilir. Yani kredinin vadesinin kısa tutulması, kredi standartlarının yükseltilmesi gibi uygulamalar batık kredi maliyetini düşürür. Ancak bu tür uygulamaların aynı zamanda kredili satış hacmini olumsuz yönde etkileyeceği gözönüne alınmalıdır (DAĞLI, 2001, s.194).

### 1533. Yönetim Maliyetleri

Büyük işletmelerde kredili satışlarla ilgilenen personelin sadece ticari kredi işlemleriyle ilgilenmesi maliyet açısından bir sorun meydana getirmeyecektir. Ancak küçük işletmelerde personelin hem kredili hem de kredisiz satışlarla ilgilenmesi kredi yönetiminin daha çok maliyet içermesine neden olmaktadır. Bu gibi durumlarda, kredi görevlerinde harcanan zaman bir maliyet unsuru oluşturmaktadır. Bunu yanı sıra ücret ve prim gibi kredi yönetimi personeline yapılan ödemeler de maliyette artışa neden olacaktır. Müşterilere yapılan kredili satışların her şeyden önce bir hesapta izlenmesi gerektiğinden firma için bir takım kırtasiye ve donanım giderleri ortaya çıkar (DAĞLI, 2001, s.193).

Müşterinin borç kayıtlarının tutulması, tahsilat çabaları, müşteri hakkında bilgi toplanması, kredili satış kararının verilmesi gibi görevler, bahsettiğimiz personel, kırtasiye masraflarının yanında bilgisayar gibi donanım ve tahsilatla ilgili yapılan masrafları da kredi politikasının maliyeti olarak karşımıza çıkarmaktadır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. ALACAK YÖNETİM SÜRECİ

Kredi yönetiminin gerektirdiği aşamalar aşağıdaki gibidir (BREALEY–MYERS-MARCUS, 1995, s.542);

a) Mallarının satılması için firma tarafından önerilen satış koşullarının belirlenmesi gerekir. Müşterilere ne kadar süre verileceği, erken ödemelerde uygulanacak nakit iskontosu gibi hususların belirlendiği aşamadır.

b) Müşterinin kredili alış dolayısıyla satıcı firmaya olan borcunun bir belge ile resmileştirileceği yada borcun senetsiz verileceği gibi kararlar alınır.

c) Kredili satış yapılacak müşterinin borçlarını ödememe ihtimali araştırılmalıdır. Bunun için müşterinin geçmiş finansal tabloları ve diğer bilgi kaynakları kullanılarak müşteri hakkında bilgi toplanır.

d) Gerekli analizler yapılan müşteriye kredili satış yapılıp yapılmayacağına ilişkin karar verilir.

e) Kredili satış yapıldıktan sonra vadesi gelen kredinin tahsili aşamasına gelinir. Müşterinin borcunu vaktinde yada hiç ödememesi durumunda gereken takip işlemleri yapılır.

### 20. Kredi Politikasının Oluşturulması

Bir firmanın satışları ne kadar çok olursa kârı da o kadar büyük olacaktır. Firmanın satışları ise satış fiyatı, ürün kalitesi, reklam ve firmanın kredi politikasına bağlıdır. Ayrıca rakiplerin müşterilerine kredili satış yapması, piyasadaki rekabet baskısı nedeniyle firmayı da bu yönde hareket etmeye zorlamaktadır. Bazı işletmeler rakiplerinin oldukça fazla kredili satış yapmaları nedeniyle kredi hacmini genişletebilirler. Kredili satış hacminin rakip işletmelere göre belirlenmesi sonucu bu işletmelerde kredi politikasının önemi azalmış olur. Çünkü kredi hacmi rakiplere göre düzenlenmektedir. Daha etkin çalışan

işletmelerde ise kredi politikaları daha ciddi olarak ele alınmakta ve işletmenin ana amacı ile birlikte değerlendirilmektedir (ERKAN, 1990, s.38).

Kredi politikası; işletmenin, bir müşterisine kredi verip vermeyeceği ve verebileceği kredi miktarı konusunda yol göstericidir. Satış düzeyini, kârları ve varlıkların durumunu etkileyen kredi politikasının uzun dönemli hedefi, hissedarın varlıklarını en yükseğe çıkarmaktır. Kısa dönemli hedefleri ise satışları en yükseğe çıkarmak, tahsilatı artırmaktır.

Kredi politikaları, iki önemli konuda karar vermeyi gerektirir. Bunlardan birincisi, alacakların tutarının ne miktarda olacağı ve hangi risklerin firma tarafından kabul edilebileceğidir. Bu karar, artan kredili satışlar ve kârlar arasında bir denge içerir. Eğer satışları artırmak amacıyla kredili satışlar artırılıyorsa ve verilen krediler geri alınamıyorsa müşteriler borçlarını ödemiyorlarsa bu, kârlar üzerinde olumsuz etki yaratacaktır. Diğer taraftan katı kredi politikalarının izlenmesi satışların ve dolayısıyla kârların düşmesiyle sonuçlanabilir.

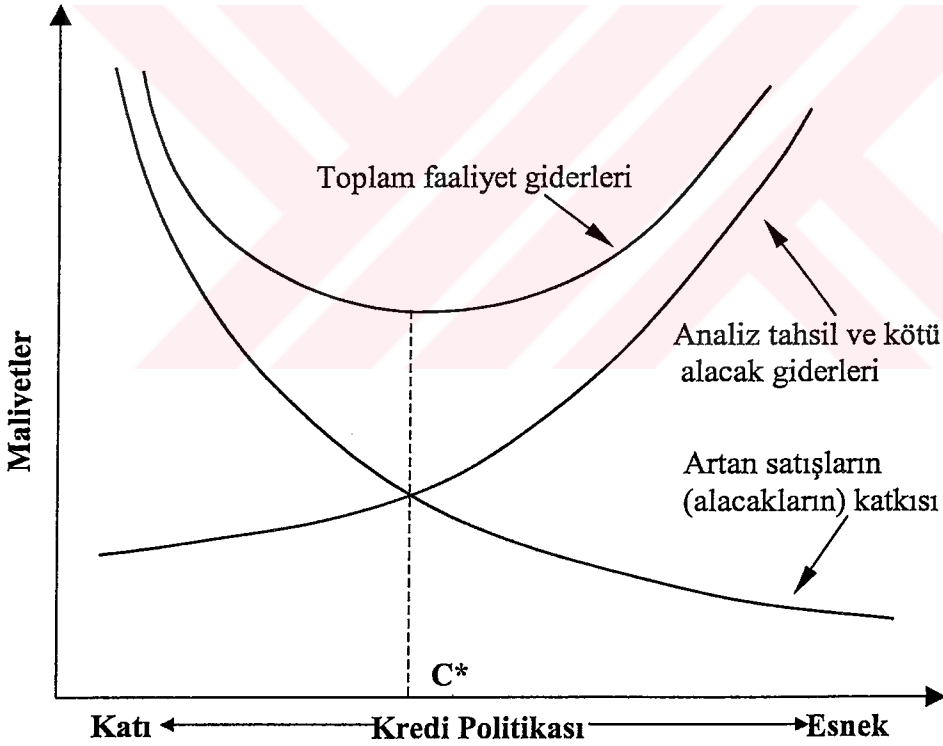
Kredi politikaları içerisinde verilmesi gereken ikinci önemli karar da varlıkların bileşimiyle ilgilidir. İşletme sermayesi, stoklar ve alacaklar gibi kolayca paraya çevrilebilen cari varlıklardan oluşur. Bu nedenle kredi verilmesi, stokları elde tutmak ile alacakları elde tutmak arasında bir denge olarak düşünülebilir. Aynı şekilde kredinin tahsil edilmesi de nakit olarak elde tutmak ile alacak olarak elde tutmak arasındaki bir denge olarak düşünülebilir. Kredi politikalarının hedefleri, satışları ve kârları en yükseğe çıkarmak, masrafları en aza indirmek, tahsil edilemeyen alacakları uygun bir seviyede tutmak ve ortakların varlıklarını en yükseğe çıkarmak için bu varlıkların uygun bileşimini oluşturmaktır (YÜKÇÜ ve diğerleri, 1999, ss.665-666).

Bu kararlar dahilinde; satışları en üst düzeye çıkaracak, alacaklara yatırılacak tutarların maliyetini en alt seviyeye indirecek, şüpheli alacak zararlarını mümkün olduğunca ortadan kaldıracak biçimde faaliyet gösteren kredi politikası meydana getirilmelidir.

Firma hedefleri açısından kredi politikası, alacak düzeyi ve yatırım kârlılığının bir arada değerlendirilmesi gerekir. Bu ilişkiyi gösterebilmek için, belirli bir politika ile (A politikası) alacakları tahsil eden bir firmanın müşterilerinin bir bölümü borçlarını

zamanında ödemekte, bir bölümü geç ödemekte, bazıları ise hiç ödememektedir. Ancak, ödemeyen müşterilere ek bir ödeme süresi tanınırsa en azından bu firmaların bir bölümü ödeme olanağını elde edecektir. İzlenen politika işletmenin tahsilat giderlerini artırırken bir grup müşteriye bir sonraki dönemde satış yapmama sonucunu da ortaya koymaktadır.

Şimdi yürürlükteki satış politikasından vazgeçildiği, bunun yerine daha esnek bir politika olarak adlandırılan (B politikası) bir politikanın tercih edildiğini düşünelim. A politikası ile tahsil edilemeyen alacakların bir bölümüne ek süre tanınarak işletmeye kazandırılabilir. Sürelerin uzatılması müşterilerin daha dikkatle analizini ve izlenmesini gerektirir. Bu durumda alacakların ödememe riski ve şüpheli alacak masrafları artarken, artan satışların firmaya katkısı düşmektedir. Bu durum şekil 2 üzerinde gösterilerek açıklanabilir.



Şekil : 2  
Kredi Politikası ve Maliyetler

Kaynak: SOLOMON – PRINGLE, 1980, ss.222

Şekil 2’de görüldüğü gibi firmanın esnek bir satış politikası uygulaması ile alacaklarda artış görülmektedir. Yani her alacakla birlikte iyi alacaklar daha az, kötü alacaklar ise daha

çok artmaktadır. Analiz, tahsil ve şüpheli alacak giderleri artmaktadır. Toplam faaliyet giderleri, U şeklindeki bir eğri ile gösterilmektedir. C\* noktasında toplam faaliyet giderleri minimum kılınmaktadır. Firma alacak politikasını C\*'nin ötesinde daha da esnekleştirdiğinde, yeni alacaklardan sağlanan ek katkı, analiz, tahsil ve şüpheli alacak giderlerinin toplamından daha düşük kalmaktadır. Bu nedenle C\* noktasında faaliyet kârı maksimum kılınmaktadır.

Ancak C\* noktası firma açısından iki nedenle optimum kabul edilemez. İlk olarak, C\* noktasında sağlanacak kazanç, beklenen kârdır. Maruz kalınan belirsizlik nedeniyle, kâr beklenenden daha yüksek yada düşük çıkabilir. Şekil 2'de maksimum beklenen kâr noktası belirtilirken, alacaklardaki risk gösterilmemektedir. İkinci olarak, C\* noktasında beklenen faaliyet kârı maksimum kılınır. Faaliyet kârının meydana gelmesi için gerekli olan yatırım tutarı dikkate alınmamaktadır. Yatırım, faaliyet kârında artışa yol açtığı halde optimal değildir.

## 200. Kabul Edilebilir Riskin Belirlenmesi

Kredi politikası oluşturulurken güdülen temel amaçlardan bir olan şüpheli alacak zararlarının en aza indirilmesi, meydana gelen hemen her alacağın tahsiline bağlıdır. Ancak bu amacın gerçekleştirilmesi her zaman mümkün olmayabilir. Bu nedenle kredi yöneticisi, kredili mal alımı için talepte bulunan müşterisini, taşıdığı risk açısından değerlendirmelidir. Bu değerlendirme için önce müşterilerin kredi değerliliğinin saptanması gerekir. Tablo 4'ü müşterileri, kredi değerliliği açısından sınıflandırmak için örnek olarak verebiliriz.

**Tablo : 4**  
**Kredi Değerlilikleri Açısından Müşteri Sınıfları**

Müşteri Sınıfları	Şüpheli Alacak Oranı %
1	0 – 1
2	1 – 2
3	2 – 5
4	5 – 10



Böyle bir sınıflandırmadan sonra, firma vadeli satışlarını 1. sınıfta yer alan ve kredi değerliliği en yüksek olan müşterilere yapacaktır. Ancak kredili satışlar arttıkça kredi değerliliği daha düşük olan müşterilere de satış yapılacaktır. Böyle bir durumda satışların artışıyla beraber şüpheli alacak oranında artış meydana gelecektir. Bu nedenle değişik satış düzeyleri için yapılan kâr ve maliyet analizine, bu düzeylerde ortaya çıkacak şüpheli alacak zararları da katılmalıdır (NALÇACI, 1986, s.23). Örneğin; 4. grup müşterilere satış yapılabilmesi için, satışların artırılması amacıyla bu gruptaki müşterilere de satış yapılması varsayımı altında, alacakların ortalama %7,5'unun  $[(5+10)/2]$  tahsil edilmemesinden kaynaklanan zararın, artan satışlardan sağlanan kârın altında olması gerekmektedir.

Kabul edilebilir risk sınıflarının belirlenmesinde her ne kadar kâr, temel belirleyici olsa da değişik bazı faktörler de belirleyicidir. Satıcı için hangi risk kategorilerinin kabul edilebilir olduğunu şu faktörler etkiler (NALÇACI, 1986, s.23):

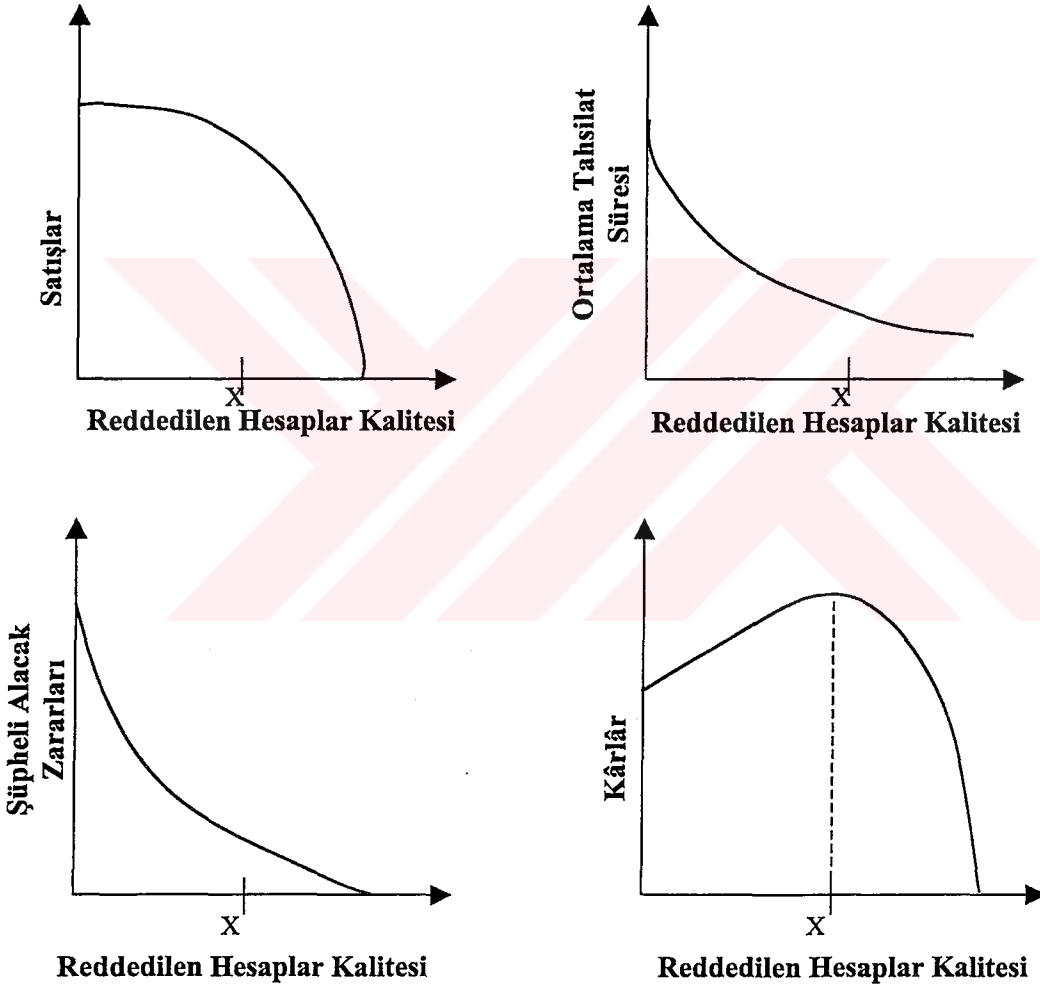
- a) Satıcının kâr marjı
- b) Pazar ve üretim kapasitesi
- c) Rekabet
- d) Ölü stokların elden çıkarılması
- e) Özel satış artırıcı çabaların uygulanması
- f) Çalışma sermayesinin durumu
- g) Tahsilat teknikleri
- h) Kredi departmanının işinin sınırlanması

## 201. Kredi Standartları

Kredi standartları, bir işletmenin müşterisine kredi verebilmek için aradığı minimum kriterlerdir. Firmaların müşterilerinde aradıkları nitelikleri gevşek tutarak satışlarını artırma imkanları vardır. Ancak satış hacminin artması işletmeye ek bir maliyet yükler. Burada üzerinde durulması gereken nokta, sıkı veya gevşek kredi politikaları arasında optimum bir dengenin sağlanmasıdır. Bu amaçla alacakların değişimiyle maliyet değişiminden kaynaklanan kârlılığın mukayese edilmesi gerekmektedir. Teorik olarak firma, alacakların toplam tutarı kârlılıkta artış meydana getirdiği sürece kalite standartlarını gevşek tutabilecektir (VAN HORNE, 1992, ss.420-427).

Eğer firma kredili satışlarını sadece güçlü müşterilerine yaparsa, sadece küçük bir miktar şüpheli alacağa sahip olacaktır. Diğer taraftan satışlarını kaybedecektir ve satış kaybetmesinden dolayı şüpheli alacak zararlarından daha fazla miktarda olan kârı elde etme fırsatını kaybedecektir (KEOWN ve diğerleri, 1996, s.341).

Uygulanan kredi standartları sonucunda firmanın reddettiği hesapların kalitesi ile satışlar, ortalama tahsil süresi, şüpheli alacak kayıpları ve kârlar arasındaki ilişki şekil 3'te gösterilmiştir.



Şekil : 3

**Satışlar, Ortalama Tahsilat Süresi, Şüpheli Alacak Zararları ve  
Kârlar ile Reddedilen Hesaplar Arasındaki İlişki**

Hiçbir kredi standardı olmadığında yani bütün kredili satış talepleri kabul edildiğinde satışlar maksimum olacak fakat bunu büyük şüpheli alacak zararları ve aynı zamanda çok büyük hacimde alacak hesabına sahip olmaktan dolayı oluşan fırsat maliyeti dengeleyecektir. Kredi standardı uygulandığında ve müşterilerin bazıları reddedildiğinde satış gelirleri ve aynı zamanda ortalama tahsil süresi ve şüpheli alacak zararları azalacaktır. Şüpheli alacak kaybı ve tahsilat süresindeki azalmadaki hızın, satışlardaki azalmadan daha fazla olması nedeniyle kârlar artacaktır. Kredi standartlarının artan oranda sıkılaştırılması sonucunda satış gelirleri artan bir hızla azalacaktır. Bu esnada ortalama tahsil süresi ve şüpheli alacak kayıplarındaki azalma, azalan bir hızla sürecektir. Giderek azalmakta olan kötü kredi riski ayıklanacaktır. Bu kuvvetlerin birleşimi sonucunda firmanın toplam kârı, sıkı kredi standartları altında bir noktaya kadar azalan hızla artacak, bu noktadan sonra azalacaktır. Kredi standardı ile ilgili olarak belirlenen optimal politika şekilde X noktası ile gösterilmektedir. Bu politika firmalar tarafından tutulan alacak hesabı seviyesini belirlemektedir.

Kredi standardının düşürülmesinin sağlayacağı tek fayda, firmanın satış hacminin artmasıdır. Buna karşılık firmaya getireceği külfetler ise;

- a) Artan alacakların izlenmesi için firmanın katlanacağı ek masraflar,
- b) Alacakların tahsil sürelerinin uzamasından dolayı firmanın doğacak finansman ihtiyacı,
- c) Çürük alacak oranının artmasından dolayı firmanın karşılaştacağı kayıplardır.

Kredi standartlarında yapılan değişiklikleri değerlendirmede kullanılan bazı değişkenler bulunmaktadır. Bunlar; satış hacmi, alacaklara yapılan yatırım miktarı ve alacakların şüpheli (veya değersiz) nitelik kazanma olasılığıdır.

*Satış Hacmi;* Kredi standartlarında yapılan değişikliklere paralel olarak satış miktarının da değişeceği, eğer kredi standartları gevşek tutulursa satışların artacağı, sıkı tutulursa satışların düşeceği düşünülür. Genellikle satışlardaki artışın, kârlılık üzerine etkisi pozitif yönlüdür, satışlardaki azalışın kârlılık üzerine etkisi ise negatif yönlüdür.

*Alacaklara Yapılan Yatırım Miktarı;* Alacakların elde tutulması, işletmeye bir maliyet yükler. Alacaklara yapılan yatırımın artmasıyla, bunları elde tutma maliyeti artar. Eğer işletme kredi standartlarını gevşetirse alacakları artar, buna karşılık alacaklara yapılan yatırımın maliyeti de artar. Bu değişme, artan satışlar, uzayan tahsilat dönemi, ortalamadan daha yavaş ödeyen müşteriler ve artış gösteren alacak bakiyesini yaratır. Alacakları kontrol edebilmek için de kredi servisinin genişletilmesi zorunluluğu doğar. Eğer kredi standartları sıkı tutulursa bunun tersi olaylar gelişir. Kredi standartlarının gevşek tutulması, alacakların, dolayısıyla alacaklara yapılan yatırımın maliyetlerinin artması, kârları negatif yönde etkiler. Kredi standartlarının sıkı tutulması, düşük elde bulundurma maliyetinden dolayı kârları pozitif yönde etkiler.

*Alacakların Şüpheli (veya değersiz) Nitelik Kazanma Olasılığı;* Kredi standartlarının gevşek tutulması, kredilerin geri dönmeme olasılığını, riskini artırır. Alacakların şüpheli (veya değersiz) nitelik kazanmaları bunların maliyetini artırır, kârları azaltır. Şüpheli (veya değersiz) alacakların ortaya çıkma olasılığının azalması, kredi standartlarının sıkı tutulmasıyla sağlanabilir.

Kredi standartları değişkenlerinin artış göstermesinin işletme kârına etkisi tablo 5'teki gibi özetlenebilir.

**Tablo : 5**

**Kredi Standartları Değişkenlerindeki Artışın Kâr Üzerine Etkisi**

Değişken	Değişmenin Yönü	Kâr Üzerine Etkisi
Satış Hacmi	Artıyor.	Pozitif
Alacaklara Yapılan Yatırım Miktarı	Artıyor.	Negatif
Alacakların Şüpheli (değersiz) Nitelik Kazanma Olasılığı	Artıyor.	Negatif

Kaynak: GITMAN, 2003, s.612

## 202. Satış Koşullarının Belirlenmesi

Kredi standartları ve kabul edilebilir kredi riski belirlendikten sonra müşterilere verilecek kredinin koşullarının belirlenmesi gerekir.

Birkaç temel ekonomik faktör, satış koşulları açısından endüstri standardının oluşmasında etkilidir. Ayrıca müşterilerin risk karakteristikleri ve finansal durumları kredi koşullarının belirlenmesinde etkili olacaktır. Temel kredi şartları aşağıda belirtildiği gibidir (ALTMAN, 1981, ss.5-7).

a) *Teslimattan Önce Ödeme*: Ödeme, satıcı firmanın malları göndermesinden önce yapılır. Ödeme çek ve nakit şeklinde yapılabilmektedir. Bu şart satıcının kredi açmakta isteksiz davrandığı, yüksek riskli müşterilerin varlığında gerekmektedir.

b) *Teslimatta Ödeme*: Mallar alıcıya gönderildiğinde, ancak, müşterinin mallara sahip olmasından önce çek, nakit yada diğer güvenilir ödeme yöntemleriyle ödemenin yapılmasıdır. Bu şart, müşterinin malları kabul etmemesi durumunda satıcıyı riske sokmaktadır. Bu durumda satıcı ürünün ya nakliye masraflarını üstlenmek yada aynı çevrede malına başka bir alıcı bulmak zorunda kalacaktır.

c) *Vadesiz Poliçe-Konşimento*: Konşimento ve vadesiz poliçe satıcı tarafından müşterinin bankasına gönderilir. Müşteriler malları teftiş edebilirler, ancak malları taşıyıcıdan almak için poliçede istenen tutarı ödeyerek konşimentoyu almalıdırlar. Satıcı teslimatta ödeme koşulundaki risklerle burada da yüz yüzedir. Bu koşul otomobil üretimi, dış ticarete kullanılabilir.

d) *Nakit Ödeme Şartı*: Nakit koşulu adının kullanılmış olmasına rağmen, kredi çok kısa bir zaman süresine de uzatılabilir. Önceki teslimatın faturasının, yeni teslimat esnasında ödenmesi gibi uygulamalar, bu zaman esnekliğine örnek verilebilir. Sigara, tütün, taze meyve satışı ve et üretimi, bu çeşit ödeme koşullarının gerçekleştirildiği sahalardır.

e) *Standart Şartlar*: En yaygın olarak başvuru kredi şartlarındandır. Bu koşula göre, eğer fatura belirli bir iskonto süresi içinde ödenirse nakit iskontosu uygulanır veya faturanın tamamı iskonto süresi sonunda ödenir. 2/10, net 30 şeklinde belirtilen standart şartlarda, müşteri ya malların bedelini fatura tarihinden sonra 10 gün içinde ödeyerek fatura fiyatı üzerinden %2'lik iskontodan yararlanacak yada tüm bedeli 30 gün içinde ödeyecektir. Ayrıca yavaş taşınan ürünlerde, bu kredi periyodunu müşterinin malı teslim almasından sonra başlatmak gibi uygulamalara gidilebilir.

f) *Aylık Faturalandırma*: Bu tür düzenlemede müşterinin siparişleri, bir ay süresince biriktirilir. Faturalandırma, ay sonunda tek bir fatura kesilerek yapılır. 2/10, ay sonu net 30 şartlarında yapılan bütün teslimatlar, bir sonraki ayın ilk günü tarihiyle faturalandırılır. Müşteri %2'lik nakit iskontosundan yararlanmak istiyorsa bir sonraki ayın 10'una kadar ödeme yapmalıdır. İskontodan yararlanılmaması durumunda fatura toplamı bir sonraki ayın sonunda ödenir. Kredi koşulunda yer alan ay sonu ifadesi faturalandırılmanın ay sonunda yapılacağını göstermektedir.

g) *Sezonluk Ödeme*: Bu kredi koşulu müşterinin aldığı ürünler için ödemeyi satış sezonunu sonunda yapılmasına izin vermektedir. Örneğin yayınevleri, ödemenin net 30, ocak şartıyla yapılması koşuluyla yaz başında kitap satmaları hususunda üniversite kitabevlerini teşvik edebilir. Buna göre satışın yaz başında gerçekleşmesine rağmen ödeme ocak ayında yapılmaktadır. İskonto ile ilgili düzenlemeler de yapmak mümkündür.

h) *Konsinye Satış*: Satışların konsinye yapılması durumunda malların mülkiyeti satıcıda kalmakla beraber, alıcı satıcının bir temsilcisi gibi hizmet etmektedir. Alıcı ürünleri ve ürünlerin satışından elde edilen kazancı raporlar halinde ve periyodik olarak satıcıya göndermektedir.

Konsinye satış; alıcının, ürünlerin tesliminde ödeyeceği yeterli fonu olmadığı veya kredili alış yapabilecek kadar yüksek kredi durumu olmadığı yapılmaktadır. Bu düzenleme, yeni ürünün piyasaya dağıtılmasında, firmaların stoklamanın neden olduğu riski üstlenmek istememeleri durumunda yapılabilmektedir. Konsinye satış gazete-dergi yayıncılığında yaygın olarak kullanılmaktadır.

## 2020. Uygun Kredi Vadesinin Tespiti

Kredi vadesi; kredili satış yapan bir işletmenin finans yöneticisi tarafından belirlenen ve bu işletmenin müşterilerinin, borçlarını ödemekle yükümlü olduğu süredir. Kredili satış politikasının oluşturulmasında uygun vadenin tespiti büyük önem taşımaktadır. Kredili satışlarda kredi vadesinin uzatılması satışları artıracaktır. Ancak uzayan kredi vadesinin bir maliyeti vardır. Satışların artışının kârlılık üzerine pozitif yönlü etkisinin olmasına karşın alacaklara yapılan yatırımların ve geri ödenmeyen alacakların artmasının kârlar üzerine negatif yönlü bir etkisi vardır. Bu nedenle müşterilere kredili satış yoluyla sağlanan fonun bütün bu faktörler nedeniyle ortaya çıkan maliyeti mutlaka hesaplanmalıdır.

Artan satışların, kârları düşürmemesi amacıyla firma vadelere göre değişen fiyat uygulama yoluna gidecektir. Bu nedenle değişik kredi vadeleri için yapılacak analizlerde öncelikle vade uzunluğunun sağlayacağı ilave satışları ve ilave kârları bulmak gerekecektir. Her değişik vadenin yaratacağı satışları tahmin etmek için subjektif ihtimal dağılımları kullanmak ve vadelere göre ilave kârları hesaplayabilmek için de her vadede uygulanacak fiyatın peşin değerini hesaplamak gerekir (AKSOY, 1993, s.236). Çünkü vade bitiminde tahsil edilecek paranın bugünkü değeri ile vade sonundaki değeri aynı olmayacaktır. Vadeli satış fiyatının peşin değerinin, mal yada hizmetin peşin satış fiyatının üstünde olması, kredili satışın kâra katkı sağlamasına neden olacaktır. Genellikle ödeme şartlarında yapılan değişikliğin ek maliyeti, ek kredili satışlardan sağlanan kârdan düşük olduğu sürece kredi şartları gevşetilebilir.

Bunun yanında firmaların satış koşullarını belirlerken değişik düzenlemelere de rastlanmaktadır. Her sanayii kendine özgü ödeme koşullarına sahiptir. Örneğin; müşterileri finansal bakımdan daha az güvenceli durumdaysa, hesapları küçükse veya mallar çabuk bozulabilir yada kolaylıkla satılabilir nitelikteyse satıcı doğal olarak daha erken ödeme talep edecektir (BREALEY-MYERS-MARCUS, 2001, s.579).

Vade farklılıklarının firmanın satışları ve kârları üzerindeki etkisini bir örnek üzerinde görelim (AKSOY, 1993, ss.236-243): ABC AŞ'nin ürettiği mamullerin birim satış fiyatı 25 YTL ve birim maliyeti ise 20 YTL'dir. Firmanın sermaye maliyeti %20'dir. Firmanın

çeşitli vadeler dikkate alındığında satabileceği miktara ilişkin ihtimal dağılımları tablo 6'da olduğu gibidir.

**Tablo : 6**  
**Farklı Vadelerde Satılabilecek Miktarla İlişkin Olasılık Dağılımı**

Satış Tahminleri	Değişik Vadelere Göre Satışların Olasılıkları					
	Peşin Satış	30 Gün Vadeli	60 Gün Vadeli	90 Gün Vadeli	120 Gün Vadeli	150 Gün Vadeli
0	0,05	0,03	0,03	0,02	0,02	0,01
200	0,17	0,16	0,15	0,10	0,05	0,03
400	0,25	0,20	0,15	0,14	0,10	0,07
600	0,30	0,25	0,25	0,20	0,14	0,09
800	0,15	0,22	0,25	0,30	0,35	0,40
1000	0,03	0,09	0,10	0,15	0,20	0,25
1200	0,05	0,05	0,07	0,09	0,14	0,15
Beklenen Talep	524	588	624	694	782	838

İlk sütun satış tahminlerini, diğerleri ise sırasıyla her bir vadede bu satışı elde etme ihtimalini göstermektedir. Örneğin işletmenin peşin satışlarının 0 olma ihtimali 0,05 ve 200 birim, 400 birim, 600 birim, 800 birim, 1000 birim, 1200 birim olma ihtimalleri ise sırasıyla 0,17-0,25-0,30-0,15-0,03 ve 0,05'tir. Her duruma ilişkin ihtimaller ile satış tahminlerinin çarpımının toplamı, çeşitli vadeler için beklenen talebi belirlemiştir. Bu duruma göre, firma peşin satış halinde 524 birim taleple karşılaşırken, vadeli satışın benimsenmesi sonucunda satışlar giderek artış göstermiş ve nihayet 150 gün vadeli satışta 838 birim talep meydana gelmiştir. Saptanan her bir tahmini talebin kârını hesaplayabilmek için 25 YTL'lik satış fiyatının vadelere göre peşin değerini bulmak gerekmektedir. Sermaye maliyeti üzerinden iskonto edilerek, vadelere göre fiyatın peşin değeri şu şekilde hesaplanır: (Dönem olarak ay ele alındığından; üslü ifadede 12 kullanılarak aylık iskonto oranı bulunmuştur.)

$$(1+t_1)^{12} = (1+t)$$



Burada;

$t_1$  : aylık iskonto oranı

$t$  : yıllık iskonto oranı

Buna göre;

$(1+t_1)^{12} = (1+0.20)$  ise  $t_1 = 0.01530947 \cong 0.01531$  bulunur.

**Tablo : 7**  
**Kredi Vadelerine Göre Fiyatın Peşin Değeri**

Vade	Fiyatın Peşin Değerleri (YTL) *	
Peşin	25,00	$\left[ \frac{25}{(1+0.01531)^0} \right]$
30 gün	24,62	$\left[ \frac{25}{(1+0.01531)^1} \right]$
60 gün	24,25	$\left[ \frac{25}{(1+0.01531)^2} \right]$
90 gün	23,89	$\left[ \frac{25}{(1+0.01531)^3} \right]$
120 gün	23,53	$\left[ \frac{25}{(1+0.01531)^4} \right]$
150 gün	23,17	$\left[ \frac{25}{(1+0.01531)^5} \right]$

\* Değişik vadelere göre fiyatın peşin değeri hesaplanırken, iç kârlılık oranı formülünden; [Birim satış fiyatı /  $(1+t_1)^n$ ] yararlanılmıştır. n değeri, 30 günlük periyotları ifade etmektedir. Örneğin, 150 günlük vadedeki peşin değer hesaplanırken, n değeri olarak 5 kullanılmıştır.

Çıkan sonuçlara göre peşin fiyatı 25 YTL olan mamul, 150 gün vade ile satıldığında 150 gün sonunda elde edilecek 25 YTL'nin bugünkü değeri 23.17 YTL olacaktır. Müşterilerin vadeli alışlar karşılığında meydana gelen borçlarını tam zamanında ödemeleri durumunda, bu satışların kârlılığını hesaplamak mümkündür.

**Tablo : 8**  
**Uygun Vadenin Tespit Edilmesi**

Vade	Fiyatın Peşin Değeri (YTL)	Satış Tahminleri (adet)	Satış Hasılatı* (YTL)	Satılan Mal Maliyeti** (YTL)	Satış Kârı *** (YTL)
Peşin	25,00	524	13.100,00	10.480	2.620,00
30 gün	24,62	588	14.476,56	11.760	2.716,56
60 gün	24,25	624	15.132,00	12.480	2.652,00
90 gün	23,89	694	16.579,66	13.880	2.699,66
120 gün	23,53	782	18.400,46	15.640	2.760,46
150 gün	23,17	838	19.416,46	16.760	2.656,46

\* Satış Hasılatı = Fiyatın peşin değeri x Satış tahminleri

\*\* Satılan Mal Maliyeti = Satış tahminleri x Mamulün birim maliyeti

\*\*\* Satış kârı = Satış hasılatı – Satılan mal maliyeti

Firmanın satışlarını peşin yapması durumunda kârı 2.620 YTL iken, kârlar vadeler itibariyle dalgalanma göstermektedir. Öyle ki, 30 gün vadeli satış yapıldığında 2.716,56 YTL'ye çıkan kâr, 60, 90 ve 150 gün vadeli satış politikası benimsendiğinde azalmıştır. 120 gün vadeli satış politikasının benimsenmesi durumunda ise kârın artış göstermesine rağmen bu artış, 3 kat fazla olan vade için yetersiz kalmakta, doyurucu olmamaktadır. Bu sebeplerden dolayı en uygun vadenin 30 günlük vade olduğu görülmektedir.

En uygun vadenin belirlenmesinde, vadeli satış peşin değeri ile maliyetin karşılaştırılmasının yanı sıra kârın diğer maliyet unsurlarıyla (stok bulundurma maliyeti, kaynak maliyeti, şüpheli alacaklar ve tahsilinde katlanılan giderler v.b.) karşılaştırılması, yapılan analizin daha kesin sonuçlar vermesini sağlayacaktır. Örneğin; vadenin uzatılması ile birlikte şüpheli alacaklarda bir artışın olabileceği dikkate alınmalıdır. Değişen vadelere göre tahsili geciken yada imkansız hale gelen alacakların maliyetinin de, vadenin kârlarda yarattığı artışla karşılaştırılması gerekmektedir.

ABC AŞ'nin vadelere göre meydana gelecek şüpheli alacaklarına ilişkin tablo 9'da belirtilen tahmini oranlar doğrultusunda, şüpheli alacağın yaratacağı zararların çeşitli

vadelerdeki kârlar üzerine etkisini hesaba katarak, vadelere göre net kâr yeniden tablo 10'daki gibi hesaplanabilir.

**Tablo : 9**  
**Vadelere Göre Meydana Gelebilecek Şüpheli Alacaklara İlişkin Oran Tahminleri**

Vade	Şüpheli Alacak Oranı (%)
Peşin	0
30 gün	0,5
60 gün	1
90 gün	1,5
120 gün	2
150 gün	2,5

**Tablo : 10**  
**Şüpheli Alacak Oranlarının Dikkate Alınması Sonucu Hesaplanan Net Kâr**

Vade	Satış Kârı (YTL)	Şüpheli Alacak Zararı * (YTL)	Toplam Net Kâr ** (YTL)
Peşin	2.620,00	0	2.620,00
30 gün	2.716,56	72,38	2.644,18
60 gün	2.652,00	151,32	2.500,68
90 gün	2.699,66	248,69	2.450,97
120 gün	2.760,46	368,01	2.392,45
150 gün	2.656,46	485,41	2.171,05

\* Şüpheli alacak zararı = Satış hasılatı x Şüpheli alacak oranı

\*\* Toplam net kâr = Satış kârı – Şüpheli alacak zararı

Tablo 10'da görüldüğü gibi şüpheli alacak zararları hesaba katıldığında firma için en uygun vade 30 gündür. Müşterilere tanınacak vadenin uzatılması için, satışlardaki artışın işletmeye sağlayacağı ilave kâr, alacaklardaki artış nedeniyle katlanılacak maliyeti aşmalıdır.

Vade farklılıklarının, alacaklara yapılacak yatırım seviyesini ne kadar etkilediğinin belirlenmesinde kullanılacak diğer bir yöntem olarak çeşitli öneriler karşılaştırılabilir. Bu karşılaştırmayı açıklayan bir örnek verelim (VAN HORNE, 1992, ss.420-427).

Firmanın kapasitesi	: 300 birim/yıl
Satışlar	: 240 birim/yıl
Birim satış fiyatı	: 1000 YTL
Birim maliyeti	: 700 YTL
Birim başına değişken masraflar	: 500 YTL
Alacak tahsil süresi	: 30 gün

Firmanın müşterine uyguladığı mevcut kredi vadesi ve bu vadeler artırıldığında satışlar ve şüpheli alacaklarda meydana gelen değişiklikler tablo 11'de belirtilmiştir.

**Tablo : 11**  
**Kredi Vadesindeki Değişiklik Önerileri**

	Satışlardaki Artış	Ortalama Alacak Tahsil Süresi	Şüpheli Alacaklar
Mevcut Politika	—	1 ay	—
1. Öneri	% 10	2 ay	% 2
2. Öneri	% 40	3 ay	% 3

Buna göre kaynak maliyeti %30 olan bu firmanın, kredi standardını iyileştirmesinin kârlılığı nasıl ve ne ölçüde etkilediğini hesap edelim.

1. önerinin uygulanması durumunda, satışlarının artması ortalama birim maliyetini düşürecektir.

Satışlar (birim) x Ortalama Birim Maliyet	= 240 x 700 = 168.000
Artan Satış (birim) x Ek Maliyet	= 24 x 500 = 12.000
Yeni Satışlar ve Toplam Maliyet	<u>264</u> <u>180.000</u>

264 birimlik tahmin edilen yeni satış hacminde, ortalama birim maliyet (180.000 / 264) 682 YTL'ye düşecektir.

a) Artan satışların sağlayacağı kâr;

Satışlardaki artış miktarı x (Satış fiyatı – Değişken masraf)

$$24 \times (1000 - 500) = 12.000 \text{ YTL}$$

b) Firmanın cari alacak yatırım tutarı;

( Yıllık Satışlar / Alacak Devir Hızı) x ( Birim Maliyet / Birim Satış Fiyatı)

$$( 240.000 / 12) \times (700 / 1000) = 14.000 \text{ YTL}$$

c) Kredi standardını iyileştirildikten sonraki alacaklara yapılan ortalama yatırım;

$$(264.000 / 6) \times (682 / 1000) = 30.008 \text{ YTL}$$

d) Alacaklara tahsis edilecek ek kaynak;

$$30.008 - 14.000 = 16.008 \text{ YTL}$$

e) Ek kaynağın maliyeti;

$$16.008 \times 0,30 = 4.802,40 \text{ YTL}$$

Satışların artması halinde birim satış fiyatı, birim başına değişken masraflardan yüksek olduğu sürece kredi standardını iyileştirerek satışlarını artırması kârlıdır. Örneğimizde, firmanın, kaynak maliyetinin %30 olduğu dikkate alınarak firmanın yeni satış politikasının gerektireceği ek finansman yükünü karşılayıp karşılayamayacağını belirtmek gerekir. Ek satışların firmaya sağladığı kâr 12.000 YTL, buna karşılık katlanılan kaynak maliyeti 4.802,40 YTL'dir. Bu durumda kredi standartlarının iyileştirilmesi firmanın lehinedir. Ancak bu sonuç standartların iyileştirilmesi sonucu, artan satışların mevcut stoklarla karşılanacağı, ek stoğa yatırım yapılmayacağı varsayımı altında geçerlidir. Firmanın 25.000 YTL'lik ek stoğa ihtiyacı olduğunu düşündüğümüzde ihtiyaç duyulan ek kaynak  $16.008 + 25.000 = 41.008 \text{ YTL'ye}$ , ek kaynak maliyeti ise  $41.008 \times 0,30 = 12.302,40 \text{ YTL'ye}$  yükselecektir. Bu durumda yeni politikanın sağlayacağı kârlılık, katlanılan maliyetten daha düşük olacağından firma için yararı olmayacaktır.

Kredi vadesinin uzatılmasının, stokların eritilmesi ve dolayısıyla stok bulundurma maliyetinin azaltılması şeklinde faydası da vardır. Firmalar müşterilerine mevsimlik olarak bazı özel kredi vadeleri tanıyabilirler. Özellikle faaliyetlerin durgun olduğu dönemlerde, müşterilere özel vadelerin tanınması, satışların artması sonucunu verebilir. Faaliyetlerin durgun olduğu bu dönemlerde, müşterilere tanınacak özel kredi vadeleri firmaların stok bulundurma maliyetlerinin azalmasını da sağlar. Bilindiği üzere firmanın satışları mevsimlik dalgalanmalar gösteriyor, fakat tedarik veya üretim değişmez tempoda sürdürülüyorsa, bu firmada yılın belli aylarında stoklar artacaktır. Firma bu aylarda müşterilerine tanıyacağı özel kredi vadeleriyle bu stokların eritilmesini gerçekleştirecek ve dolayısıyla stok bulundurma masraflarını azaltmış olacaktır (TÜRKO, 2002, s.267).

Yapılan hesaplamalarda standartların yumuşatılması ile yeni müşterilere satış yapılması sonucunda yükselecek şüpheli alacak oranı gözardı edilmiştir. Aslında kredi standartlarının iyileştirilmesinden doğacak alacak artışları şüpheli alacak kayıplarının da artması sonucunu verecektir. Firmanın kredi standardının iyileştirilmesinden doğacak şüpheli alacak yüzdesinin %2 olduğu durumda ek şüpheli alacakların maliyetine katlanacaktır.

Yıllık satışların %2'si olarak;  $264.000 \times 0,02 = 5.280$  YTL'lik şüpheli alacak hesap edilir. Ek satışlar sonucu meydana gelen ek şüpheli alacağın da bir maliyeti vardır.

Ek şüpheli alacakların maliyeti;

(Şüpheli Alacaklar) x (Birim Başına Değişken Masraf / Birim Satış Fiyatı)

$5.280 \times (500 / 1000) = 2.640$  YTL'dir.

Firmanın ek satışlarında, şüpheli alacak kayıpları da düşüldükten sonra sağlayacağı net kâr;  $12.000 - 2.640 = 9.360$  YTL olur. Katlanılan maliyet ile sağlanacak net kârın karşılaştırılması sonucu 1. öneri kabul edilir.

Aynı hesaplamalar 2. öneri için de yapılacak olursa;

Satışlar (birim) x Ortalama Birim Maliyet	=	240 x 700	=	168.000
Artan Satış (birim) x Ek Maliyet	=	<u>96</u> x 500	=	<u>48.000</u>
TOPLAM		336		216.000

336 birimlik tahmin edilen yeni satış hacminde ortalama birim maliyet (216.000 / 336) 643 YTL olacaktır.

a) Artan satışların sağlayacağı kâr

$$96 (1000 - 500) = 48.000 \text{ YTL}$$

b) Firmanın cari alacak yatırım tutarı

$$(240.000 / 12) \times (700 / 1000) = 14.000 \text{ YTL}$$

c) Kredi standardını iyileştirildikten sonraki alacaklara yapılan ortalama yatırım

$$(336.000 / 4) \times (643 / 1000) = 54.012 \text{ YTL}$$

d) Alacaklara tahsis edilecek ek kaynak

$$54.012 - 14.000 = 40.012 \text{ YTL}$$

e) Ek kaynağın maliyeti

$$40.012 \times 0,30 = 12.003,60 \text{ YTL}$$

Katlanılan maliyetin ek satışlar sonucu artan kârdan düşük olması nedeniyle kredi standartlarının iyileştirilmesi firmanın lehinedir.

%3 şüpheli alacak oranını da hesaba katarak işlemimizi devam ettirdiğimizde;  
Şüpheli alacak =  $336.000 \times 0,03 = 10.080 \text{ YTL}$  olarak hesaplanır.

$$\text{Ek şüpheli alacaklar maliyeti} = 10.080 \times (500 / 1000) = 5.040 \text{ YTL}$$

$$\text{Ek satışlardan sağlanan net kâr} = 48.000 - 5.040 = 42.960 \text{ YTL}$$

Katlanılan maliyetin, şüpheli alacaklar da hesaba katılarak hesaplanan net kârdan düşük olması nedeniyle 2. öneri de kabul edilir.

Yapmış olduğumuz hesaplamalar sonucunda, kredili satış vadesinin artırılması neticesinde elde edilen net kârın, katlanılan maliyetten fazla olması her iki önerinin de

kabulünü sağlayacaktır. Öneriler için kâr-maliyet hesaplanması ve karşılaştırılması bir düzen halinde sırasıyla tablo 12 ve tablo 13'de gösterilmiştir.

**Tablo : 12**  
**Alacak Artışının Maliyeti ve Sağladığı Kâr**

	<b>1. Öneri</b>	<b>2. Öneri</b>
Yıllık Satışlar	264.000	336.000
Alacak Devir Hızı	6	4
Alacak Tutarı	44.000	84.000
Firmanın Alacaklara Yaptığı Yatırım Tutarı	30.008	54.012
Alacaklara Ek Yatırım	16.008	40.012
Alacak Yatırım Tahsis Edilecek Ek Kaynağın Maliyeti(%30)	4.802,40	12.003,60
Ek Satışlar	24	96
Ek Satışların Sağlayacağı Kâr	12.000	48.000
Yıllık Satışların %'si Olarak Şüpheli Alacak	5.280	10.080
Halen Mevcut Şüpheli Alacak	—	—
Şüpheli Alacaklardaki Artış	5.280	10.080
Ek Şüpheli Alacakların Maliyeti	2.640	5.040
Şüpheli Alacak Düşüldükten Sonra Ek Satışlardan Sağlanan Net Kâr	9.360	42.960

**Tablo : 13**  
**Alacak Artışının Kâr - Maliyet Karşılaştırması**

	<b>1. Öneri</b>	<b>2. Öneri</b>
Ek Satışlardan Sağlanan Net Kâr	9.360	42.960
Alacak Ek Yatırımının Maliyeti (Yatırımdan Beklenen Minimum Kârlılık)	4.802,40	12.003,60

Konuya vadenin uzatılması sonucu satışlarda artış meydana gelmesi halinde kâr marjının değişmesi doğrultusunda bir örnek verelim:



3 ay vade ile yılda 4000 YTL tutarında satış yapan bir firma, vadenin 4 aya çıkarılması halinde satışların %25 artacağını tahmin etmektedir. Satışların, aynı risk grubuna giren müşterilere yapılacağı ve satışların artması halinde firmanın vergiden önce kâr marjının %18'den %20'ye yükseleceği hesaplanmaktadır. Firmanın alacaklara yapacağı ilave yatırımdan en az %40 oranında vergiden önce kâr (alacak yatırımında kullanılan kaynak maliyeti) beklediği dikkate alındığında, firma kredi vadesinin uzatılması bakımından ne yönde karar verecektir?

Vadenin 4 aya çıkarılması halinde satışlardaki artış (4000 x 0,25)	1000 YTL
Firmanın satışlarının 5000 YTL'ye çıkması halinde sağlayacağı kâr (5000 x 0,20)	1000 YTL
Firmanın satışlarının 4000 YTL olması halinde sağlayacağı kâr (4000 x 0,18)	720 YTL
Vadenin 1 ay uzatılmasının firmaya sağlayacağı kâr artışı	280 YTL
Firmanın alacaklara bağladığı fon tutarı (ortalama alacak yatırımı) (4000 / 4) (1-0,18)	820 YTL
Firmanın satışlarının 5000 YTL olması halinde alacaklara bağladığı fon tutarı (5000 / 3) (1-0,20)	1333 YTL
Alacaklara yapılacak ek yatırım (1333-820)	513 YTL
Alacaklara yapılacak ek yatırımdan beklenen kâr (tahsis edilen kaynak maliyeti) (513 x 0,40)	205,2 YTL

Firmanın kredi vadesini uzatması sonucunda sağlayacağı satış artışı neticesinde elde edeceği ek kâr 280 YTL, alacaklara tahsis edilen ek kaynaktan beklenen asgari kâr tutarı

(ek kaynağın maliyeti) olan 205,2 YTL'den büyük olduğundan, firmanın kredi vadesinin uzatılması yönünde karar vermesi gerekmektedir.

### 2021. Uygun Nakit İskontosunun Belirlenmesi

Kredili satış politikasının oluşturulmasında etkili olan faktörlerden biri de iskontodur. Firmalar müşterilerini erken ödemeye teşvik etmek amacıyla nakit iskontosuna başvurabilirler. Müşteriler ya kendilerine tanınan vade sonunda yada belli bir iskontodan yararlanma süresinin sonunda ödeme yaparlar. Kendisine iskonto tanınmaması durumunda müşteri, fatura tutarını vade sonunda öder. O halde müşteriye erken ödemeye teşvik etmenin yolu kendisine iskonto önermektir (DAĞLI, 2001, s.189).

Kredili satışlarda farklı oranlarda nakit iskontosu uygulaması, alacakların tahsil süresini kısaltarak nakde dönüşümünü hızlandırmaktadır. Nakit girişinin hızlanması ile birlikte kaynak ihtiyacında ve likidite sorununda azalmalar meydana gelecektir.

Nakit iskontosu, bir tür fiyat indirimi olup satılan mal veya hizmete karşı talebin fiyat esnekliğine ve yapılan iskonto oranının büyüklüğüne göre firmanın satışlarını artırır. Gerçekte nakit iskontosu müşteri yönünden mal ve hizmetin gerçek fiyatını düşürmektedir. Belirli bir süre içinde ödeme yapılması durumunda nakit iskontosundan yararlandırma koşuluyla satılan bir mal veya hizmette gerçek fiyat şu formül aracılığıyla hesaplanabilir (AKGÜÇ, 1998, s.273):

$$P - Pd - P(1-d) \frac{kt}{365}$$

Burada;

$P$  ; fatura fiyatı

$d$  ; nakit iskonto oranı

$t$  ; iskontodan yararlanma süresi

$k$  ; sermaye maliyeti (en az kârlılık oranı)'dir.

Örneğin; fatura fiyatı 100 YTL olan bir malda nakit iskonto oranının %2, iskontodan yararlanma süresinin 10 gün ve sermaye (kaynak) maliyetinin %30 olduğunu kabul edersek gerçek fiyat (efektif fiyat) aşağıdaki gibi bulunur.

$$EF = 100 - 100 \times 0,02 - 100 (1-0,02) \frac{0,30 \times 10}{365} \cong 97,20 \text{ YTL}$$

İskonto uygulamasının muhtemel yararları aşağıdaki gibidir (ÖNAL, 1998, s.38);

- a) Alacaklar vadesinden önce tahsil edildiğinden alacaklara yatırım için fon ihtiyacı azalacaktır. Dolayısıyla firmanın kaynak maliyeti azalacaktır.
- b) İskonto uygulaması ile mamullerin müşteriye olan maliyeti azalacağından, diğer bir ifade ile fiyatı düşeceğinden bu gelişme satışların artmasına neden olabilecektir.
- c) Kredili alım yapmak isteyen müşteriler iskonto uygulaması nedeniyle vadesinden önce ödeme yapmaya teşvik edildiğinden, şüpheli alacak zararlarının azaltılması mümkün olabilecektir.

Ayrıca firmanın satışları sezonluk ise bu politika ile firma, müşterilerini sezon dışı zamanlarda da alışveriş yapmaya yönlendirebilir (ERCAN-BAN, 2005, s.300).

Nakit iskontosu uygulamayan bir işletmenin iskonto uygulamasına geçmesi yada iskonto uygulayan bir firmanın mevcut iskonto politikasında değişiklik yapması durumunda, alacakların bir kısmından vazgeçmesi sonucu uğrayacağı gelir kayıpları ile alacak tahsilatının hızlanması sayesinde sağlayacağı kazançları karşılaştırarak iskonto oranının veya yararlanma oranının belirlenmesi gerekmektedir. Firmalar uyguladıkları farklı nakit iskontosu politikasıyla sağlayacakları fayda ile maliyetleri dengelemeye çalışırlar (DAĞLI, 2001, s.189). Şüphesiz iskontonun sağladığı yararların, neden olduğu maliyeti aşması halinde iskonto uygulamasına geçilir yada mevcut iskonto politikası öngörülen politika ile değiştirilir.

İskonto oranında yapılan değişikliklerin alacakların tahsilini hızlandırma amacı gütmesinin yanında talep ve şüpheli alacak zararları üzerinde de etkisi vardır. Buna rağmen önerilen iskonto oranının fiyatı düşürmek için bir araç olmadığını ve böylece talebi

etkilediğini fakat şüpheli alacak zararlarını etkilemediğini varsayıyoruz (VAN HORNE, 1992, s.423). Konu şüpheli alacak zararları ihmal edilerek aşağıdaki örnek yardımıyla açıklanabilir:

Bir firma satışlarında 2/15, net 45 (45 gün vadeli satışlarda 15 güne kadar olan ödemelerde %2 iskonto) uygulamayı benimsemiştir. Firmanın sermaye maliyeti %30 ve 45 gün vadeli satışlarında mamullerinin birim maliyeti 600 YTL, birim satış fiyatı ise 800 YTL'dir. Nakit iskontosunun müşteriler tarafından kabul edilmesi ve vadeye kadar beklenilerek ödemenin yapılması tercihleri ile ilgili olarak firmanın muhtemel kârları şu şekilde hesaplanır:

	15 günde ödeme (YTL)	45 günde ödeme (YTL)
Birim Satış Fiyatı	784,00*	800,00
Maliyet	600,00	600,00
Alacağın Maliyeti**	7,40	22,19
<b>Muhtemel Kâr</b>	<b>176,60</b>	<b>177,81</b>

\* Firmanın %2 iskonto uygulaması halinde birim satış fiyatı  $800 (1-0,02) = 784,00$  YTL

\*\* Yıllık kaynak maliyeti %30 olduğundan;

$$15 \text{ günlük maliyet} = (15/365) \times 0,30 \times 600 = 0,0123 \times 600 = 7,40 \text{ YTL}$$

$$45 \text{ günlük maliyet} = (45/365) \times 0,30 \times 600 = 0,037 \times 600 = 22,19 \text{ YTL}$$

Kâr sonuçlarından da belli olduğu gibi 15 günlük ödemede %2 nakit iskontosu uygulaması firma açısından daha az kâr meydana getirmektedir. Bu nedenle firma, 15 günlük peşin ödemeler için %2 nakit iskontosu uygulamasına yer vermemelidir.

Örneğimizde şüpheli alacak zararlarının sabit tutulmasına karşın, aslında nakit iskontosunun uygulanması ile peşin ödemelerin artması, şüpheli alacak zararlarının azalması sonucunu beraberinde getirecektir. O halde örneğimizi şüpheli alacak zararlarının da hesaba katılması suretiyle daha gerçekçi hale getirmek mümkündür.

45 günlük vadeli satışlarda %3 olan şüpheli alacak oranının, 15 günlük ödemelerde %1'e düşeceği tahmin edilmektedir. Şüpheli alacak zararları da hesaba katıldığında, firmanın muhtemel kârı aşağıdaki gibi hesaplanır.

	15 günde ödeme (YTL)	45 günde ödeme (YTL)
Fiyat	784,00	800,00
Maliyet	600,00	600,00
Alacağın Maliyeti	7,40	22,19
Muhtemel Kâr	176,60	177,81
Şüpheli Alacak Zararı*	6,07	18,67
Muhtemel Kâr	170,53	159,14

\* Şüpheli alacak zararı; firmanın maliyeti esas alınarak, mamulün birim maliyetine alacağın maliyeti eklenerek, bulunan sonucun şüpheli alacak oranı ile çarpılması neticesinde elde edilmiştir.

$$(600,00 + 7,40) \times 0,01 = 6,07$$

$$(600,00+22,19) \times 0,03 = 18,67$$

İskontonun kabul edilip 45 gün yerine 15 günde ödemenin tercih edilmesi durumunda firma, şüpheli alacakların azalması nedeniyle daha fazla kâr elde edeceğinden iskontonun uygulanması doğru bir karar olacaktır.

Vermiş olduğumuz örnekte tüm müşterilerin iskontoyu kabul etmesi veya hiçbirinin iskontoyu kabul etmemesi durumları esas alınmıştır. Firmanın teklif etmiş olduğu iskontonun müşterilerin bir kısmı tarafından kabul edilmesi doğrultusunda iskonto politikasının analizini yapalım.

Bir firmanın yıllık kredili satışları 15.000 YTL'dir. Firma nakit iskontosu uygulamamakla beraber ortalama tahsil süresi 60 gündür. Firmanın politika değiştirerek 4/10, net 60 şartlarını taşıyan bir nakit iskontosu uyguladığını varsayalım. Firmanın 60 gün vade tanıdığını ve ilk 10 gün içinde yapılan ödemelere %4 oranında iskonto uygulayacağı varsayımı altında müşterilerin %60'ının bu imkandan yararlanacağı belirlenmiştir. Alacaklara kaynak tahsisinden %50 oranında vergiden önce kâr bekleyen bu işletmenin

satışlarındaki kâr marjının %20 olması durumunda iskonto politikasının belirtildiği şekilde uygulanmasının firmanın yararına olup olmayacağını inceleyelim.

a) İskonto oranının 4/10, net 60 olarak tespit edilmesi ve müşterilerin %60'ının bundan yararlanması halinde iskontonun işletmeye maliyeti;

İskonto Maliyeti = İskonto Oranı x Kredili Satışlar x Yararlanma Oranı

İskonto Maliyeti =  $0,04 \times 15.000 \times 0,60 = 360$  YTL

b) Alacakların ortalama tahsil süresinin 60 gün olduğu iskontosuz dönemde işletmenin alacak devir hızı  $12 / 2 = 6$ 'dır. O halde firmanın ortalama alacak tutarı  $15.000 / 6 = 2.500$  YTL'dir.

Yeni politika uygulandığında müşterilerin %60'ının 10 günde, %40'ının da 60 günde ödeme yapması sonucu ortalama tahsil süresi;  $(60 \times 0,40 + 10 \times 0,60) = 30$  güne düşmüştür. Bu durumda alacak devir hızı  $12 / 1 = 12$  hesaplanır. Ortalama alacak tutarı ise  $15.000 / 12 = 1.250$  YTL olur.

c) Buna göre işletmenin alacaklara yapmış olduğu yatırımdaki azalış miktarı;  $(2.500 - 1.250) \times (1 - 0,20) = 1000$  YTL olacaktır. Alacaktan bu kadar tasarruf sağlanacaktır.

d) İşletmenin yatırımından beklenen minimum kârlılık oranı olan sermaye maliyetinin %50 olması nedeniyle alacaklarda meydana gelen azalmanın işletmeye sağlayacağı kazanç  $1000 \times 0,50 = 500$  YTL'dir.

e) İşletmenin nakit iskontosu uygulaması sonucu sağlayacağı yararın, uygulamanın getireceği gelir kaybından fazla olması nedeniyle  $(500 > 360)$  iskonto politikasında değişiklik yapılması yerinde olacaktır.

Müşterinin nakit iskontosunu kullanması durumunda firma ayrıca bir fırsat maliyetine de katlanmak zorunda kalır. Nakit iskontosunu kullanacak olan müşteri, ödemeyi iskonto döneminin sonunda yani 10. günde yapacaktır. Bu ise firmanın, müşterisine 10 günlük faizsiz bir ticari kredi açmasıyla aynı anlamı taşır. Dolayısıyla ticari alacak hesabına

yapılan yatırım firmaya bir fırsat maliyeti yüklemektedir. Bu yüzden iskontodan yararlanma süresinde fonların fırsat maliyeti de dikkate alınacak şekilde, iskontonun firmaya olan gerçek maliyeti şu şekilde hesaplanabilir (DAĞLI, 2001, ss.190-191):

$$\text{İskontonun Gerçek Maliyeti} = ( \text{İskonto Oranı} + (\text{Sermaye Maliyeti} \times \text{Yararlanma Süresi}) / 365 ) \times \text{Kredili Satışlar} \times \text{Yararlanma Oranı}$$

O halde örnekteki firma açısından;

$$\text{İskontonun Gerçek Maliyeti} = ( 0,04 + (0,50 \times 10) / 365 ) \times 15.000 \times 0,60 = 483,29 \text{ YTL}$$

Erken ödemeyi teşvik etmek amacıyla verilen iskonto uygulaması ile müşteri erken ödediği parayı bir müddet daha kullanma fırsatını kaçırmış olacaktır. Müşterilerin erken ödeme ile sağladıkları kazancı ödeme için vade sonunu beklerken faize yatırdıkları paradan elde ettikleri kazanç ile karşılaştırmaları gereklidir.

Müşterilerin erken ödeme yada faiz kazancı tercihlerini irdelemek için 2/10, net 30 koşulu ile 100 YTL'lik kredili alış yapmış olan ve yıllık para maliyeti %10 olan bir müşteriyi ele alalım. Bu müşteri satın almadan 10 gün sonra erken ödeme opsiyonundan vazgeçerse 98 YTL'yi 20 gün daha kullanacaktır. 98 YTL'yi yıllık %10'dan 20 gün yatırarak müşteri günün sonunda  $98 [1 + 0,10 \times (20 / 365)] = 98,54$  YTL'ye sahip olacaktır. Bu zaman sonunda müşterinin yapacağı ödeme 100 YTL olduğundan, diğer bir ifadeyle 98 YTL ile yapacağı ödemedenden daha fazla olacağından erken ödemedenden vazgeçmek uygun bir karar olmayacaktır. Erken ödeme ile vazgeçtiği paradan görece olarak daha yüksek faiz kazanan müşteriler ise erken ödemedenden vazgeçeceklerdir.

$$98 \left[ 1 + r \times \left( \frac{20}{365} \right) \right] > 100$$

$$r > \frac{2}{98} \times \frac{365}{20} \text{ ve } r > \%37,23$$

Örneğimizde, yıllık %37,23'den daha fazla para maliyeti olan bütün müşteriler iskontodan yararlanmayı reddetmelidirler.

Bu açıdan, karar verilirken iskonto oranı ile ülkedeki faiz oranlarını kıyaslamak gerekir. %2 oranının enflasyonun ve faiz oranlarının görelî olarak düşük olduğu ülkelerde kuvvetli bir teşvik unsuru olmasına karşın, enflasyon ve faiz oranlarının görelî olarak yüksek olduğu ülkelerde etkisi zayıf olur. Genel olarak  $d / n$ , net T şeklindeki kredi koşulu, yıllık faiz oranı  $r$  ile bağlantılıdır (KOLB-RODRÍGUEZ, 1996, s.81). Bunu şu şekilde ifade etmek mümkündür:

$$r = \left[ \frac{d}{100 - d} \right] \left[ \frac{365}{T - n} \right]$$

Burada;

$r$  : yıllık faiz oranı,

$d$  : iskonto oranı,

$n$  : iskonto süresi,

$T$  : kredi vadesidir.

Eşitliğin sağ tarafındaki ilk terim erken ödeme yapacak olan müşteriye firmanın verdiği faiz oranını göstermektedir. Örneğimizde; bu 20 günlük faiz oranı  $2 / (100-2) = \%2,04$ 'tür. İkinci terim, bir yılda geçen  $(T - n)$  günlük dönem sayısını göstermektedir. Örneğimizde, bir yılda 20 günlük dönem sayısı  $365 / 20 = 18,25$ 'tir. Bu iki terimi çarptığımızda ise erken ödeme teklifinde bulunan firmanın ödediği yıllık faiz oranı elde edilir. Firma  $0,0204 \times 18,25 = \%37,23$  oranında faiz ödemektedir. Bulmuş olduğumuz sonuç daha önceki hesaplamayla örtüşmektedir.

Önerilen iskonto oranına ek olarak, iskonto döneminin uzunluğunun da ortalama tahsilat süresi üzerinde etkisi vardır. Ancak buradaki etki, iskonto oranının yükseltilmesinde olduğu kadar açık değildir. Bir firma iskonto dönemini, diğeri ifadeyle iskontodan yararlanma süresini uzattığı zaman, ortalama tahsilat süresi üzerine iki etki söz konusu olacaktır. Birinci etki; kredi döneminin sabit tutulması durumunda, iskontodan yararlanmayan bazı müşterilerin iskontodan yararlanmaya özendirilmesi suretiyle erken ödemeye teşviki sonucu, ortalama tahsil süresinin kısalmasıdır. Diğeri ise; iskontodan yararlanan müşterilerin ödemelerini uzatılmış yeni iskonto döneminin sonuna ertelemelerinin, ortalama tahsil süresini uzatmasıdır (CEYLAN, 2000, s.235).



### 203. Kredi Anlaşmaları

Kredili satış yapılan müşteriden, bu kredi borcunu belgeleyecek belge talep edilip edilmeyeceği kararı satıcı firma açısından önemlidir. Kredili satışlarda, işletme sattığı mal veya hizmet karşılığında alıcıdan yazılı bir belge isteyebileceği gibi, satışlarını resmi bir borç sözleşmesi olmaksızın yani açık hesapla da yapabilir.

#### 2030. Açık Hesap

Karşılıklı güvene dayanan sözlü bir anlaşma ile yapılan kredili satışlardır. Alıcı satıcıya mal sipariş edince, satıcı alıcıya güveniyor ise mal ve faturayı gönderdikten sonra defterlerinde alıcıyı borçlandırır (HATİPOĞLU, 1967, s.114).

Senetsiz alacaklar satıcı açısından birçok olumsuzluğa neden olabilir. Satıcının alacağını ispatına yarayacak herhangi bir belge yoktur. Bu belgenin eksikliği, satıcı firmayı, senetleri nakde çevirme ve teminat olarak gösterme imkanlarından yoksun bırakacaktır.

#### 2031. Çek, Bono, Poliçe

Satıcı işletme kredili işlemlerde, borçlandığını kanıtlamak amacıyla alıcıdan yazılı bir belge isteyebilir. Bu belgelere genel bir ifadeyle senet adı verilmektedir. Sipariş çok büyükse ve nakit iskontosu yoksa müşteriden senet imzalaması istenebilir.(BREALEY-MYERS-MARCUS, 1995, s.544).

İşletmelerin kredili satışlarını senetler karşılığında yapmasının avantajları şunlardır:

a) Alacakları emniyet altına almak; borcun doğuşu konusunda sonradan ortaya çıkabilecek herhangi bir anlaşmazlık ihtimalini ortadan kaldırır. Müşteri vade bitiminde borcunu ödemediği takdirde dava edileceğinin bilincindedir.

b) Alacağın vadesi gelmeden kolayca paraya çevrilebilir bir hale gelmesi; satıcı işletme alacak senetlerini bankaya iskonto ettirmek yada kendi alacaklarına ciro yolu ile vermek suretiyle likidite gereksinimlerini karşılayabilir.

Kambiyo senetleri adıyla da anılan ticari senetler Türk Ticaret Kanunu'nda ele alınmıştır. Ticari senetlerde özellikli ve sıkı şekil şartları vardır (DERYAL, 2002, s.464). Çek, poliçe ve bonoyu, belirli bir esasa bağlı olan ticari senetler olarak söyleyebiliriz.

*Çek*; senedi düzenleyenin (keşideci) bir banka yada özel finans kurumuna, (muhatap) belirli bir meblağı senet alacaklısına (lehtar) ödemesi yönünde ve lehtara da bu meblağı alması için bir çifte yetki verme işlemidir (DERYAL, 2002, s.502). Çeki ödeyecek olan muhatap daima bir mali kurumdur.

Çek düzenlemesinde keşidecinin amacı, kural olarak borç ödemedir. Bono ve poliçeden farklı olarak esas itibariyle bir ödeme aracıdır, bir kredi aracı değildir. Çek nakit dolaşımını kolaylaştıran ve süratlendiren diğer bir ifade ile nakit yerine geçebilen bir kıymetli evraktır (ATAMAN-HACİRÜSTEMOĞLU, 1999, s.48). Ancak çekin para fonksiyonu görebilme kabiliyeti sınırlıdır (Ansiklopedik Kambiyo Sözlüğü, 1998, s.61).

Ticari senetlerde sıkı şekil şartları olması nedeniyle, bir senedin çek sayılabilmesi için, Kanun'da gösterilen şartları içermesi gerekir. Çekin unsurları Türk Ticaret Kanunu'nun 692. maddesinde, unsurların bulunmaması hali ile ilgili düzenlemeler de 693. maddesinde belirtilmiştir. Buna göre çek;

- a) Çek kelimesi ve eğer senet Türkçe'den başka bir dilde yazılmışsa, o dilde çek karşılığı olarak kullanılan kelimeyi,
- b) Belirli bir meblağın kayıtsız şartsız ödenmesi için havaleyi,
- c) Ödeyecek kimsenin (muhatabın) adı-soyadını, (Türkiye'de ödenecek çeklerde muhatap olarak ancak bir banka gösterilebilir. Bankalar da esas itibariyle anonim ortaklık şeklinde kurulduklarına göre fıkra söz edilen "muhatabın ad ve soyadı" yerine "ticaret unvanı" demek daha uyumlu olur.) (POROY-TEKİNALP, 1995, s.241)
- d) Ödeme yerini,(belirtilmemişse, muhatabın ad ve soyadının yanında gösterilen yerde, o da belirtilmemişse muhatabın iş merkezinin bulunduğu yerde ödenir.)
- e) Düzenleme tarihini ve yerini,(yer belirtilmemişse, keşidecinin ad ve soyadının yanında yazılı yerde çekilmiş sayılır.)
- f) Keşidecinin imzasını,

ihativa eder. Çekte gösterilmesi zorunlu olmayan şartlar ise düzenleme yeri ve ödeme yeridir. (Türk Ticaret Kanunu. Madde. 693)

Çekte var olan şekil şartlarına ek olarak aranan bir şart da muhatap ile keşideci arasındaki ilişki ile ilgilidir. Bu şart, muhatapta keşidecinin emrine tahsis edilmiş bir karşılık bulunması ve keşidecinin bu karşılık üzerinde çek keşide etmek suretiyle tasarruf hakkını haiz bulunacağına dair, muhatap ile keşideci arasında açık yada zımni bir anlaşma bulunmasıdır. (Türk Ticaret Kanunu. Madde. 695)

*Bono*; Türk Ticaret Kanunu'nun 688. maddesinde emre muharrer senet olarak da ifade edilen bono; bir borçlunun, kayıtsız şartsız belirli bir miktar parayı, belirli bir vadede veya vadesi gösterilmemiş ise görüldüğünde, alacaklısı yada emrine ödeyeceğine dair imzaladığı bir kambiyo senedir (Türk Ticaret Kanunu. Madde 688-691). Örneğin; bir firma, A şahsına sattığı mal karşılığını A'dan nakit yerine bono olarak alabilir. Emre yazılı bir senedin bir tarafı borçlu diğer tarafı ise alacaklıdır. Senedin borçlusunu senedi imza eden keşidecisidir. Alacaklısı ise senette adı gösterilen lehtardır.

Satıcı firma sattığı mal yada verdiği hizmet karşılığı aldığı bonoyu bir bankada iskonto ettirmek suretiyle daha önce bahsetmiş olduğumuz likidite avantajını sağlayabilir. Bononun alacaklısı olan satıcı firma (lehtar), kendisinin borçlu bulunduğu alacaklısına da kendi senedi yerine elinde bulunan bu senetleri ciro edebilir. Bütün bu işlevleri dikkate alındığında bononun kısa vadeli kredi aracı ve borcun ispatını sağlayan bir araç olduğunu söyleyebiliriz.

Bonoda bulunması gereken şekil şartları ve noksanlıkları ile ilgili hükümler Türk Ticaret Kanunu'nun 688. – 689. maddelerinde düzenlenmiştir. Buna göre bono;

- a) Senet metninde bono yada emre muharrer senet kelimesini ve eğer senet Türkçe'den başka bir dilde yazılmışsa, o dilde bono karşılığı olarak kullanılan kelimeyi,
- b) Bir meblağı kayıtsız şartsız ödeme vaadini,
- c) Vade, (belirtilmemişse bono görüldüğünde ödenir.)
- d) Ödeme yerini, (belirtilmemişse, senedin düzenlendiği yer, ödeme yeri sayılır.)
- e) Kime veya kimin emrine ödenecek ise onun ad ve soyadını, (lehtar)

f) Senedin düzenlendiği günü ve yeri, (yer belirtilmemişse, senedi düzenleyenin ad soyadı yanında yazılı olan yerde düzenlenmiş sayılır.)

g) Senedi düzenleyenin imzasını,  
ihtiva eder.

*Poliçe*; Satıcı (keşideci) tarafından düzenlenen, tahsil yetkisinin lehtara ait olduğu ve alıcıya (muhataba) belirli bir tarihte koşulsuz olarak belirli bir miktarda ödeme yapmasını emreden yazılı bir ödeme emridir.

Poliçenin şekil şartları ve noksanlıkları ile ilgili hükümler Türk Ticaret Kanunu'nun 583. ve 584. maddelerinde belirtilmiştir. Sözü geçen şartlar şunlardır:

- a) Senet metninde "poliçe" kelimesini ve eğer senet Türkçe'den başka dilde yazılmış ise o dilde poliçe karşılığı olarak kullanılan kelimeyi,
- b) Belirli bir bedelin ödenmesi hususunda kayıtsız ve şartsız havaleyi,
- c) Ödeyecek olanın (muhatabın) ad ve soyadını,
- d) Vadeyi, (vade belirtilmeyen poliçenin görüldüğünde ödenmesi gerekir.)
- e) Ödeme yerini, (belirtilmemişse, muhatabın soyadı yanında gösterilen yer ödeme yeri sayılır.)
- f) Kime ve kimin emrine ödenecek ise onun ad ve soyadını, (lehtar)
- g) Keşide tarihini ve yerini, (yer belirtilmemişse, keşidecinin soyadının yanında gösterilen yerde keşide edilmiş sayılır.)
- h) Keşidecinin imzasını,  
ihtiva etmelidir.

Poliçeler iki tip olabilirler. Vadesiz poliçe; görüldüğünde ödenecek poliçelerdir. Bunlar, muhataba sunulduğunda derhal ödenmesi gereken araçlardır. Vadeli poliçeler ise bir süre sonra ödemeye olanak verirler (SEYİDOĞLU, 2003, s.414). Malı gönderen satıcı, fatura, konşimento gibi belgeleri poliçe ile birlikte bankaya gönderir. Vadesiz poliçede, alıcı poliçeyi hemen ödediği takdirde malı elde edebilir. Vadeli poliçe de ise, alıcının bankaya giderek poliçeyi imzalamasının ardından banka taşıma evraklarını ve faturayı alıcıya, poliçeyi ise satıcıya teslim eder. Bu durumda alıcı vadesi dolduğunda poliçeyi ödeme borcu altına girmiş olur.

Satıcı, müşterisinin borcunu ödemesinden şüphe duyması yada alacağını tam olarak garanti altına almak istemesi durumunda, vadeli poliçenin alıcının bankası tarafından kabul edilmesini isteyebilir. Banka kabulü olarak adlandırılan bu poliçe uygulaması daha çok uluslararası ticarete kullanılır.

Vadeli poliçeyi elinde bulunduran satıcı, poliçeyi elinde tutarak vade sonunda bedelini tahsil edebileceği gibi, ciro yoluyla başkasına devredebilir yada bankaya iskontolu olarak satabilir.

Poliçe ile çek hakkında dikkat edilmesi gereken bir nokta; poliçede muhatabın senedin esas borçlusu olmasına karşın, çekte muhatabın; düzenleyenin (keşidecinin) banka hesabında çek karşılığının bulunması durumunda, çeki ödeyen banka olmasıdır. Çekte esas borçlu olan (senedi düzenleyen kişi) keşidecidir.

Kredili satışlarda kambiyo senetlerinden yararlanmanın yanı sıra uygulanabilecek diğer bir yöntem de ödeme yapıncaya kadar malların mülkiyetinin satıcıda kalmasını sağlayan şartlı satışlardır (BREALEY–MYERS–MARCUS, 1995, s.545).

#### **204. Tahsilat Politikasının Oluşturulması**

Firmanın yaptığı her kredili satış sonucunda müşteriler tarafından borçlanılmış olan tutarlar, tahsilat hususunda firmaya bir takım sorumluluklar yükler. Bir firma kredi müşterilerinin kredi değerliliğini ne kadar dikkatli incelerse incelesin bazı kredi riskleri ortaya çıkacaktır. Tahsil politikası da firmayı, bu ödenmemeyi engellemeye ve değersiz alacak kayıplarını azaltmaya doğru yönlendirmektedir.

Kredi politikası bünyesinde tahsilat politikasını, üzerinde bu kadar önemle durulmasını gerektiren bir pozisyona getiren, ödemenin hiç yapılmaması yada geç yapılması, bir takım faktörlerden kaynaklanmaktadır. Bunları aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz (HAWKES-SLATER, 1988, ss.34-35).

a) Yetersizlik; Müşterinin borç hesabını kapatmayı geçici bir durumdan kaynaklanabilir. Bu durumda, zaman içinde bir dizi ödeme yapmak makul bir davranış

olacaktır. Çünkü borçlu için finansal açıdan zorluk ciddi boyutlara ulaştığında ve bu durumu düzeltereğine dair bir işaret olmadığında, durum alacaklı tarafından resmi makamlara intikal ettirilebilir. Ayrıca bu borçlu müşteriye ilave satış yapılmayacaktır.

b) Verimsizlik; Burada neden; firma işleyiş sisteminin bozukluğundan, kalitesiz veya kötü yönetilen personelden kaynaklanmaktadır. Sistem değişikliklerinin neden olduğu verimsizlik geçici bir durum olabilmektedir. Kısa bir süre için verimsizlikten kaynaklanan ödeme ertelemelerini kabul etmek satıcı firma için en iyisi olacaktır. Fakat bu sürede müşteri için açık olan bir durum vardır ki bu; kısa süre içinde müşteriyle ilave faaliyetten kaçınılacağıdır.

c) Memnuniyetsizlik; Ürünün bir kısmının kalitesinden memnuniyetsizliği ileri sürerek ödemenin tamamının yapılmaması, kimi müşteriler için ortak bir durumdur. Böyle durumlarda müşteri tarafından ödeme, hakkında şüpheye sahip olma nedeniyle hesaptan bir miktar düşme şeklinde yapılmaktadır. Ancak memnuniyetsizliğin borcun ödenmemesi için bir bahane olarak görülmesine izin verilmemektedir.

d) Politika; Bazı müşteriler ödemelerini erteleme politikası görüşmesi yapmaktadırlar. Aslında bu şekilde bir bakıma finansmanlarını satıcı firma üzerinden sağlamaktadırlar. Müşterinin güçlü bir pazar payına sahip olması durumunda, böyle bir politika ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında bu politika ödeme erteleme taktiğinin kılığı durumundadır.

Tahsilat politikası, kredi şartlarına uygun ödemenin yapılmasını sağlamak amacı ile işletmenin izlediği prosedür şeklinde tanımlanabilir (GÖNENLİ, 1979, s.454). Etkin bir tahsilat politikası, tahsilat faaliyetlerinin birbirini izlemesi açısından yol gösterici olmaktadır. Faaliyetlerin birbirini izlediği bu süreçte politikalar sürekli gözden geçirilmelidir. Böylece etkin bir tahsilat politikası alacakların nakde çevrilme oranının artışını sağlar.

Kredili satış şartlarının işletmenin faaliyet konusuyla bağlantılı olması tahsilat politikasının bir işletmeden diğerine değişiklik göstereceğinin işaretçisidir. Firmalar tahsilat politikasını belirlerken piyasadaki rekabeti dikkate almalıdırlar (ERKAN, 1990, s.96). Rekabetin olmadığı yada çok az olduğu endüstri alanında daha sıkı bir tahsilat

politikası uygulamak mümkündür. Rekabetin arttığı durumlarda ise tahsilat politikasının yumuşatılmasının, aynı zamanda satışı artırıcı bir araç olarak da kullanılması mümkündür.

Satıcı işletmenin malları teslim sıklığı da tahsilat politikasında etkilidir. Örneğin sipariş sıklığının az olduğu büyük ve pahalı makinelerin bedellerinin tahsilinde zorluklar yaşanabilir (ERKAN, 1990, s.95).

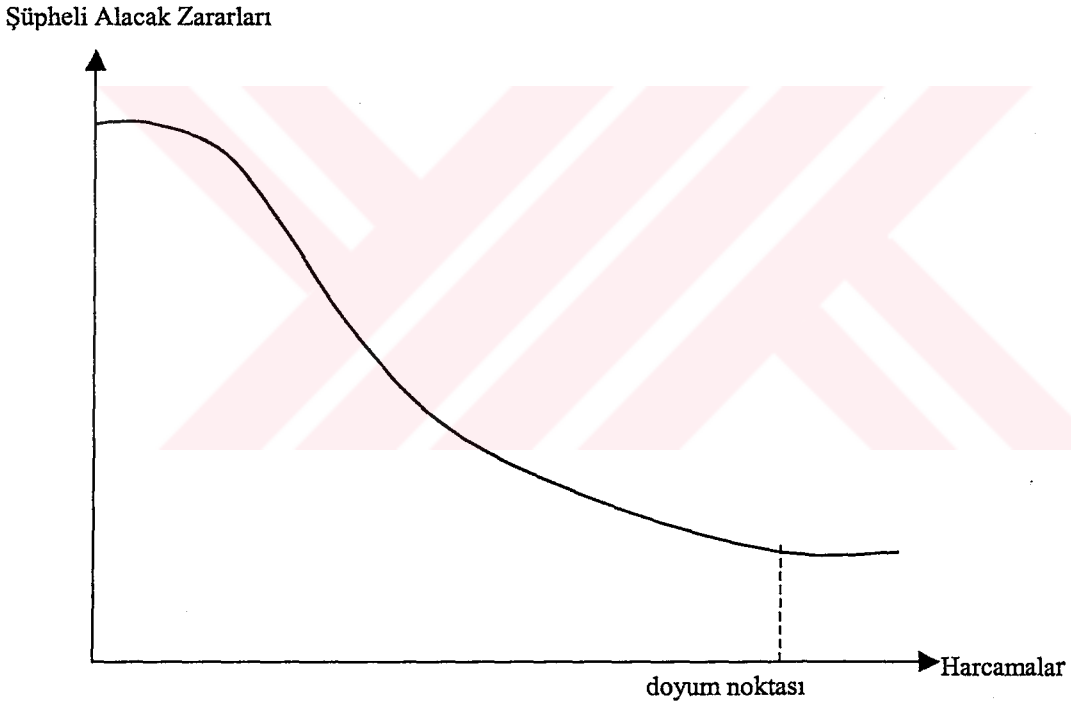
Finans yöneticisi; koşullara uygun bir tahsilat politikasını, yumuşak veya sert olması ve tahsilat işlemleri için gerekli olan harcama açısından belirlemelidir. Tahsilat işlemleriyle ilgilenen birimin görevini hakkı ile yapmaması ortalama tahsil süresini etkileyen önemli bir faktördür. Vadesinde ödeme yapmayan müşteriler hakkında tedbirler almamak, sonuçta normal ödeme yapan müşterilerin de ödemelerini geç yapma eğilimine girmeleri sonucunu verebilir ve firma alacaklarını vadesinde tahsil edememe durumuna düşer (GÖNENLİ-SARIKAMIŞ, 1996, s.46). Borçlarını yavaş ödeyen müşteriler firmaya iki maliyet yükler. Birincisi; ödemelerin tahsilinde daha fazla kaynak harcamasını gerektirmeleridir. İkincisi ise; işletme sermayesine daha fazla yatırım yapma zorunluluğunu ortaya çıkarmalarıdır (BREALEY-MYERS-MARCUS, 1995, s.588). Bu nedenle, işletmelerin ciddi bir tahsilat politikası belirlemeleri gerekir.

Tahsilat politikası belirlenirken de, sıkı tahsilat politikası sonucu sahip olunan giderlerin katlanmaya değer olup olmadığına dikkat edilmelidir. Vadesinde ödeme yapmayan müşteriler hakkında tedbirler alınmayışının firmada neden olduğu kayıplar yanında, katı tahsilat politikasının da neden olduğu kayıplar mevcuttur. Katı tahsilat politikası müşterilerin rakiplere kaymasına ayrıca, firmanın piyasadaki imajının etkilenmesi suretiyle potansiyel müşterilerin kaybına neden olur. Katı kredi politikasının satışları azaltan etkisinin yanı sıra maliyetleri azaltıcı etkisi de mevcuttur.

Tahsilat politikasının satışlarla olan bu yakın ilişkisini esnek kredi politikası uygulamasında da görmek mümkündür. Esnek kredi politikasının temel özellikleri; kredi değerliliği düşük olan müşterilere de satış olanağı sağlanması, kredi sürelerinin uzun tutulması, kredi faizinin düşürülmesi, iskonto süresinin uzatılması, borçluların toleranslı değerlendirilmesi olarak özetlenebilir (BERK, 1995, s.117). Bu özelliklere sahip olan kredi

politikasının satışları belirli oranlarda artırdığı düşünülürse, artan satışların artan maliyetlerle karşılaştırılması gerekmektedir.

Firma yönetimi, alacaklarını tahsil çabası içinde olduğu esnada, tahsilat masrafları ve firmanın itibar kaybı ile ödenmemiş alacaklarının azalması yoluyla sağladığı yararlar arasında karşılaştırma yaparak karar vermelidir (WESTON-COPELAND, 1986, s.716). Müşteriler hakkında katı tahsilat yöntemleri uygulamasının giderleri artıracacağı şüphesizdir. Bu karşılık beklenen yarar; alacakların tahsil süresinin kısılması, firmanın alacaklarını fonlama amacıyla ayırmak zorunda kaldığı kaynaklardan tasarruf sağlaması ve alacakların şüpheli ve değersiz hale gelmesi nedeniyle uğranılacak zararların azalmasıdır.



**Şekil : 4**  
**Şüpheli Alacak Zararları ile Tahsilat Giderleri Arasındaki İlişki**

Kaynak: VAN HORNE, 1992, s.425

Tahsilat giderlerinin miktarı ile şüpheli alacak oranı ve ortalama tahsilat süresi arasında var olan ilişki doğrusal değildir (VAN HORNE, 1992, ss.425-426). Tahsilat için başlangıçta yapılan harcamalar, şüpheli alacaklarda küçük bir azalmayı sağlamaktadır. Ek harcamalar şüpheli alacaklar üzerinde kayda değer bir azaltıcı etkiye sahiptir. Bir noktadan



sonra ek harcamaların şüpheli alacaklar üzerinde bu yöndeki etkisi azalmaktadır. Harcamalar ve şüpheli alacak zararları arasındaki bu ilişki şekil 4'te gösterilmiştir.

Tahsilat giderleriyle alacakların tahsil süresi arasında da, bu tür giderlerle şüpheli alacak zararları arasındaki bağlantıya benzer bir ilişki mevcuttur. Tahsilat giderlerini artırmak yoluyla ortalama tahsil süresinin kısılması belirli bir noktaya kadar olanak dahilindedir. Bu belirli noktaya ulaştıktan sonra tahsilat giderlerindeki artışın, tahsil süresi üzerindeki etkisi zayıflayarak büyük ölçüde kaybolmaktadır (AKGÜÇ, 1998, s.280).

Satışların tahsilat için yapılan faaliyetlerden bağımsız olması durumunda, firma tahsilat giderleri ile şüpheli alacak zararlarının azalması dolayısıyla alacaklara yapılan yatırımın azalması arasında bir karşılaştırma yapmalıdır. Bu karşılaştırma sonucunda en uygun tahsilat gideri belirlenirken, tahsilat faaliyetlerinin neden olduğu ilave tahsilat harcamalarının bu harcamaların firmaya sağladığı ek gelirden daha düşük olmasına dikkat edilmelidir. Gerçekte talebin, tahsilat için yapılan faaliyetlerden bağımsız olmadığını söyleyebiliriz (VAN HORNE, 1992, s.426). Firmanın tahsilat faaliyetleri çok yoğun olursa, müşterilerin bu durumdan rahatsız olmaları nedeniyle tahsilat faaliyetleri ile talep arasındaki ilişkiyi dikkate almak gerekmektedir.

Bir firmanın mevcut tahsilat programını, değişik iki tahsilat programı ile karşılaştırarak seçim yapması durumunu bir örnekle açıklayalım (VAN HORNE, 1992, ss.426-427); Yıllık satışları 24.000 YTL, birim satış fiyatı 12 YTL ve ortalama birim maliyeti 9 YTL olan bir firmanın mevcut ve teklif edilen tahsilat programları tablo 14'de belirtilmiştir. Alacaklara bağlanan kaynak maliyeti %20'dir.

**Tablo : 14**

**Tahsilata İlişkin Mevcut ve Teklif Edilen Programlara Ait Veriler**

	Mevcut Program	Program A	Program B
Yıllık tahsilat giderleri	400	750	830
Ortalama tahsilat süresi	60 gün	45 gün	30 gün
Şüpheli alacak oranı	% 3	% 2	% 1

**Tablo : 15**  
**Satışların Değişmemesi Halinde Mevcut ve Teklif Edilen Programların**  
**Fayda-Maliyet Analizi \***

	Mevcut Program	Program A	Program B
(1) Yıllık satışlar	24.000	24.000	24.000
(2) Alacak devir hızı	6	8	12
(3) Ortalama alacak tutarı	4000	3000	2000
(4) Alacaklara yapılan ortalama yatırım tutarı <sup>(1)</sup>	3000	2250	1500
(5) Mevcut programdaki alacaklara yapılan yatırımda azalmalar	-----	750	1500
(6) Azaltılmış yatırımlardan istenen verim <sup>(2)</sup>	-----	150	300
(7) Şüpheli alacak (yıllık satışların %'si) <sup>(3)</sup>	720	480	240
(8) Şüpheli alacakların maliyeti <sup>(4)</sup>	540	360	180
(9) Şüpheli alacak maliyetinde mevcut duruma göre azalma <sup>(5)</sup>	-----	180	360
(10) Tahsilat programında değişikliğin firmaya sağlayacağı toplam fayda <sup>(6)</sup>	-----	330	660
(11) Mevcut duruma göre tahsilat giderlerinde artış	-----	350	430

\* Alacak devir hızı dışındaki bütün hesaplama sonuçlarının birimi YTL'dir.

<sup>(1)</sup> Alacaklara yapılan ortalama yatırım tutarı = Ortalama alacak tutarı x ( Ortalama birim maliyet / Birim satış fiyatı)

<sup>(2)</sup> ( Mevcut alacaklara yapılan ortalama yatırım tutarı – Yeni politika sonucu alacaklara yapılan ortalama yatırım tutarı) x Sermaye maliyeti

<sup>(3)</sup> Şüpheli alacak = Yıllık satış tutarı x Şüpheli alacak oranı

<sup>(4)</sup> Şüpheli alacakların maliyeti = Şüpheli alacaklar x ( Ortalama birim maliyeti / Birim satış fiyatı)

<sup>(5)</sup> Şüpheli alacak maliyetindeki azalış = Mevcut şüpheli alacak maliyeti – Yeni programa göre şüpheli alacak maliyeti

<sup>(6)</sup> Azalan alacak yatırımdan istenen verim + Şüpheli alacak maliyetinde mevcut duruma göre azalma

Verilen verilere göre, mevcut politika ile önerilen politikanın analizi tablo 15'te gösterilmiştir. Elde edilen sonuca göre firmanın tahsilat politikasını değiştirerek B politikasını benimsemesi yerinde olacaktır. Çünkü B politikasında, şüpheli alacaklarda ve alacaklara yapılan yatırımda azalma meydana gelmesi suretiyle elde edilen toplam fayda, tahsilat giderlerinde meydana gelen artıştan daha fazladır. A politikasında ise tersine, firmanın tahsilat politikası sonucu elde ettiği faydanın, katlanılan tahsilat giderlerini karşılamadığını görmekteyiz.

Firma kredi vadesi, kasa iskontosu ve tahsilat politikasıyla ilgili yaptığı analizler ile verdiği kararlarda şu üç amacı gerçekleştirmek zorundadır (NALÇACI, 1986, s.36):

- a) Satışları en üst düzeye çıkarmak
- b) Şüpheli alacak zararlarını en alt düzeyde tutmak
- c) Alacaklardaki yatırımların maliyetini en alt düzeye indirmek

Bu amaçlar doğrultusunda, örneğimizde sıkı tahsilat politikası izlenmesinin satışları artırmayacağı varsayılmış olmasına karşın, analizin daha gerçekçi olması açısından satışların tahsilat için yapılan faaliyetlerden bağımsız olmadığını dikkate alarak, A politikasının uygulanması durumunda satışların %10, B politikasının uygulanması durumunda ise %15 azalacağı varsayımı altında örneğimizi yeniden ele alalım.

Uygulanan yeni politikalarla satışların değişmesi durumunda, mevcut politika ile önerilen politikalar arasındaki fayda-maliyet analizini içeren hesaplamalar tablo 16'da yer almaktadır.

Yeni politikaların satış hacminde azalma meydana getirmiş olmasına rağmen her iki politikada elde edilen fayda, tahsilat giderlerini aştığından her ikisi içinde uygundur diyebiliriz. Satışlardaki azalmanın firmaya külfet getirmemesi söz konusuysa tahsilat politikalarını uygulamak yerinde olacaktır. A ve B politikası kendi aralarında kıyaslandığında, B politikası firma için daha avantajlıdır. Çünkü B politikasının sağladığı toplam fayda, neden olduğu tahsilat giderlerinden (732-430) 302 YTL fazla iken, A politikasında bu fark (411-350) 61 YTL'dir.

**Tablo : 16**  
**Satışların Değişmesi Halinde Mevcut ve Teklif Edilen Programların**  
**Fayda-Maliyet Analizi \***

	Mevcut Program	Program A	Program B
(1) Yıllık satışlar	24.000	21.600	20.400
(2) Alacak devir hızı	6	8	12
(3) Ortalama alacak tutarı	4000	2700	1700
(4) Alacaklara yapılan ortalama yatırım tutarı	3000	2025	1275
(5) Mevcut programdaki alacaklara yapılan yatırımda azalmalar	-----	975	1725
(6) Azaltılmış yatırımlardan istenen verim	-----	195	345
(7) Şüpheli alacak (yıllık satışların %'si)	720	432	204
(8) Şüpheli alacakların maliyeti	540	324	153
(9) Şüpheli alacak maliyetinde mevcut duruma göre azalma	-----	216	387
(10) Tahsilat programında değişikliğin firmaya sağlayacağı toplam fayda	-----	411	732
(11) Mevcut duruma göre tahsilat giderlerinde artış	-----	350	430

\* Alacak devir hızı dışındaki bütün hesaplama sonuçlarının birimi YTL'dir

Firma tahsilatla ilgili politika oluşturduktan sonra tahsilatın hangi metotla yapılacağına analizi yapılmalıdır. Tahsilat için hangi yöntem benimsenirse benimsensin firma için en az maliyet içeren ve en kısa sürede tahsil imkanı sağlayan yöntem tercih edilecektir. Çünkü kredi kullanan müşterilerin hepsi aynı düşünce ve yapıda değildirler (ERKAN, 1990, s.96). Kimi müşteriler borç ödeme hususunda titiz davranış sergileyerek borçlarını zamanında ödemeyi tercih ederken, kimileri de borcuna sadık olduğu halde finansal durumlarının yetersizliği nedeniyle borçlarını ödeyememektedir. Bazı müşteriler ise borcunu ödemekten

bilinçli olarak kaçınırlar. Bu nedenle firmalar müşterilerin hangi gruba girdiğini önceden belirleyerek tahsilat politikasını tespit etmelidirler.

Vadesi dolan bir ticari alacağın tahsili için izlenecek altı tane temel yol vardır. Bunlar; hesap özeti gönderilmesi, mektup, telefon, kişisel ziyaretler, tahsilat şirketleri ve yasal işlemler yoluyla tahsilattır (HAWKES- SLATER, 1988, ss.35-41).

#### **2040. Hesap Özeti Gönderilmesi**

Mal tesliminin müşteriye kısa zamanda ve siparişlere uygun şekilde yapılması, faturaların derhal hazırlanarak en seri şekilde gönderilmesi, müşteri hesaplarının izlenmesi, ödemede geciken müşterilerin derhal uyarılması, yapılması gerekli ödemelerin süresinden önce kendilerine hatırlatılması gibi büro hizmetlerinde etkinlik sağlanması, firmaların alacak tutarlarını azaltıcı yönde etkilemektedir (AKGÜÇ, 1998, ss.284-285).

Müşterilere hesap özeti gönderilmesi, acele ödeme hususunda nasıl etkili olacağı konusunda tartışılabilir olduğu halde, daima müşteriye ilk hatırlatıcı olarak kullanılmaktadır. Çünkü bazı durumlarda müşteriler firmanın gönderdiği hesap özeti alana ve bu konuda uzlaşana kadar borcunu ödememektedirler.

Yayınlanan hesap özeti aşağıdaki özellikleri taşırsa daha fayda sağlayacaktır.

- a) Hesap özeti kredi süresi vurgulanmalı ve gecikmiş hesaplar not olarak düşülmelidir.
- b) Önceki dönemin ödenmesi gereken hesap bakiyesi ve ay itibariyle nakit ödemeleri, faturalar listelenmelidir.
- c) Hesap özeti ay sonundan sonra en kısa zamanda gönderilmeli, diğer bir ifade ile hesap özetlerinde aylar itibariyle döküm yapılmalıdır.

#### **2041. Mektupla Tahsilat**

Vadesi geçmiş alacağın müşteriye hatırlatılması amacıyla firma tarafından bir mektup gönderilir. Her borcun kendine özgü şartlarına uygun olarak mektuplar hazırlanmalıdır.

Çünkü matbu mektuplara göre, özel olarak kaleme alınmış orijinal bir mektup daha iyi bir tepki ile karşılanır. Bununla beraber ferdi mektupları kaleme almak pahalıya mal olur (ERKAN, 1990, ss.98-99). Özel olarak kaleme alınmış mektuplar az sayıda müşteri ile faaliyette bulunan işletmeler için daha yararlıdır. Ancak müşteri sayısının çok olduğu firmalarda ise matbu mektuplar kullanılır. Bu firmalar geniş ölçüde faaliyette bulunduğu müşterilerine ise özel mektup gönderirler.

Müşteriye gönderilen ilk mektupta, ödemedeki gecikmenin dikkatsizlikle ilişki olduğunu, kasıttan meydana gelmediğini, bu nedenle ödemenin kısa sürede gerçekleşmesinden bahsedilebilir. İkinci mektup daha ağır bir dille yazılabilir. Üçüncü mektupta ise, belirtilen süre içinde ödemenin yapılmaması halinde yasal işlemlere başvurulacağından bahsedilmelidir.

#### **2042. Telefonla Tahsilat**

Mektup işleminden başarı sağlanamazsa, müşteriye doğrudan telefon açılarak kredi koşulları ile tahsili geciken alacak miktarı tekrar hatırlatılır. Telefon açılması için mektupla yapılan müracaatın sonuç vermemesi ve dolayısıyla zamanın daha da ilerlemiş olması gerekir. Telefonun mektuba göre daha etkili tahsilat işlemi olduğu gözden uzak tutulmamalıdır (DAĞLI, 2001, s.201).

Telefon görüşmesi yapılırken ideal olan, ilişki kurulan kişinin, yapılacak ödemeyi düzenleyebilen veya ödemedен sorumlu, olaylara etki edebilen bir kişi olmasıdır (ERKAN, 1990, s.101). Telefon konuşmalarını yapan firma görevlisinin anlayışlı ve karşıdakini kırmayacak bir şahıs olması önemlidir. Çünkü yanlış bir davranış firmaya zarar verebilir.

Telefonla tahsilat yapılması durumunda işletmeye yüksek maliyetler yüklenecektir. O nedenle konuşmaların indirimli tarife uygulandığı saatlerde yapılması ve böylece maliyetin artmasına kısmen engel olunması gerekmektedir.

### **2043. Kişisel Ziyaret Vasıtasıyla Tahsilat**

Borçların ödenme süresinin büyük ölçüde ihlal edildiği durumlarda kullanılır. Satış yada tahsilat personelinin müşteriyle karşılıklı görüşmek üzere gönderilmesi çok etkili bir yöntem olabilmektedir. Hatta ödeme ziyaret esnasında bile gerçekleştirilebilir (GİTMAN, 2003, s.620). Satış personelinin ziyarette bulunması, bir yandan sipariş alınırken diğer yandan tahsilatın yapılması bakımından çok etkili bir yöntemdir. Satış personeli tarafından yapılan müşteri ziyaretleri sonucunda müşteri ile iyi ilişkiler kurularak, mali durumu hakkında bilgi alınabilir. Ancak tahsilatın satış personeli vasıtasıyla gerçekleştirilmesi, personelin iyi yetişmiş olmasına ve satış-kredi-muhasebe personelinin iyi ilişkilerine bağlıdır.

Firmanın kendi elemanları tarafından yapılan tahsilat işlemi gerek personelin zaman kaybı, gerekse ortaya çıkan diğer masraflar dolayısıyla firmaya maliyet yüklemektedir. Bu nedenle kişisel ziyaretler, ödemelerini geç ödeme konusunda sabit fikre sahip müşterilere yapılmaktadır.

### **2044. Tahsilat Şirketleri Vasıtasıyla Tahsilat**

Önceki tahsilat çabalarının sonuç vermemesi durumunda, firma vadesi geçmiş alacakların tahsilinde uzman bir tahsilat şirketine müracaat eder. Tahsilat şirketi kendisine özgü yöntemler kullanarak alacağı tahsil etmeye çalışır ve başarı sağlarsa alacağın belli bir yüzdesi olarak komisyon alır. Alacağın tahsilat şirketine verilmesi borçlu firmanın kredi değerliliğini olumsuz yönde etkileyeceği için borçlu firma, tahsilat şirketi devreye girmeden borcunu ödemeye çalışır (DAĞLI, 2001, s.201).

### **2045. Yasal İşlem Yapılması**

Yasal işlem yapılması tahsilat uygulamasında son basamaktır. Diğer bütün tahsilat çabalarının sonuçsuz kalması durumunda firma alacağını tahsil etmek maksadıyla mahkemeye başvurabilir. Bu yöntem hem firmanın personel ve avukatlarının harcadığı zaman, verdiği uğraşı hem de mahkeme masraflarına maruz kalınması nedeniyle pahalıdır.

Yasal işlemin başlatılması için, borç miktarının, işlem masraflarına katlanmaya değecek kadar büyük olması gerekmektedir (HAWKES-SLATER, 1988, s.40).

## **21. Kredi Taleplerinin Analizi**

Kredi şartlarını uygun gören müşteriler, firmalara kredi talebinde bulunurlar. Bu nedenle kredi ve tahsilat politikası ile ilgili esaslar belirlendikten sonra gelen talepler doğrultusunda işletmeler, bu talepleri değerlendirme süreci içine girerler.

### **210. Müşteriden Kredi Teklifinin Alınması**

Kredi politikası oluşturulduktan sonraki süreçte, müşterilerin kredili alış teklifinde bulunması yer alır. Talepte bulunan müşteriler hakkında araştırmalar yapılması, müşterilerin taşıdığı riskin değerlendirilmesi gerekmektedir. Müşteriler hakkında bilgi alınması için, firmanın elemanlarınca yada uzmanlaşmış kuruluşlarca araştırma yapılmaktadır.

### **211. Müşterinin Kredi Değerliliğinin Analizi**

Kredi talebinde bulunan müşteriye kredi açılıp açılmayacağı kararı ve hatta ne kadar kredi açılacağı, şüphesiz müşterinin kredi değerliliğine bağlıdır. Kredi değerliliğinin saptanması için ise, gerek satıcı firmanın kendisi tarafından yapılan, gerekse kredi ajanslarına yaptırılan araştırma sonucu elde edilen bilgilerden yararlanılır. Bu bilgiler değerlendirilerek müşterinin sahip olduğu risk saptanmalıdır.

#### **2110. Müşteri Hakkında Bilgi Edinilmesi**

Firma, belirlediği kredi politikası doğrultusunda, müşterilerin kredili satış taleplerinin karşılanıp karşılanmayacağına karar vermek için müşteri hakkında bilgi sahibi olmak zorundadır. Kredili satış yapılan müşterinin güvenilir olup olmadığı, müşteri hakkında yapılan incelemeler sonucu öğrenilebilir. Müşteri hakkında toplanan bu bilgiler firmanın kendi bünyesinde faaliyet gösteren kişiler vasıtasıyla elde edilebileceği gibi, bu konunun



uzmanı başka firmalar aracılığıyla da elde edilebilir. Firmalar büyüyerek daha organize bir hal aldıkça bilgi toplama işlemi kendi personeline üstlenilmektedir.

Kredili satış için karar verilme süresinde çok büyük bir öneme sahip olan bilginin maliyetinin olduğu gerçeğini de unutmamak gerekmektedir. Mevcut ve yeni müşteriler hakkında bilgi edinilmesi ve depolanmasının bir maliyeti vardır. Ancak artık bilgisayarlar bilgi depolamayı kolaylaştırarak maliyeti azaltıcı etki yapmaktadırlar.

### **21100. Kalitatif ve Kantitatif Bilgi Kaynakları**

Müşteri hakkındaki bilgiler çok çeşitli kaynaklardan sağlanabilir. Bu kaynakları değişik açılardan sınıflandırabilmekteyiz. Gruplandırmalardan biri, kalitatif ve kantitatif kaynaklar şeklinde yapılabilmektedir (SEVAL, 1990, ss.120-142).

#### **211000. Kalitatif Bilgi Kaynakları**

İlk kredi mülakatını, onu takip eden müşterinin karakter ve yönetim kapasitesinin değerlendirilmesini, son olarak da pazar ve sektör incelemesini içerir. Böyle bir bilgi sağlama ile müşterinin kârlı bir işletmeyi yönetme gücü yanında, sattığı malın pazar içinde durumu hakkında da fikir edinmeye çalışılır.

Mülakat aşamasında; müşteriye kendisi hakkında bilgiler sorulur. Ayrıca krediyi ne amaçla aldığı borcu geri ödeme kapasitesi, talep edilen miktar ve vade, gösterebileceği teminatlar ve çalıştığı banka ile ilgili bilgiler toplanılır. Mülakat aşaması müşterilerin ayrıntılı olarak tanınması için ilk aşamadır. Kredi yöneticisi mülakat sonucunda kredi talebinin değerlendirilmesine yönelik daha ayrıntılı analiz yapıp yapmama kararı verir.

İkinci aşama ise müşteri karakterinin ve yönetim kapasitesinin değerlendirilmesidir. Bu aşamada müşterinin borcunu geri ödeme kapasitesi ve arzusunu ölçebilmek için çeşitli gruplardan bilgi toplamak gerekmektedir. Karakter konusunda değerlendirme yapmak için kredi yöneticileri borçlunun ticari ilişki içinde bulduklarının, rakiplerinin izlenimlerine dayanmak durumundadır. Ancak referans grupları olarak adlandırabileceğimiz bu kaynaklar önce araştırılmalıdır ve bu araştırma esnasında birkaç hususa dikkat etmek

gerekmektedir. Elde edilen bilgilerin sağlam ve güvenilir olması için bilgi kaynağının kredi değerliliğinin saptanması gerekir. Ayrıca bilgi kaynağının borçluya mal satan bir firma olması durumunda borçlu hakkında olumsuz bilgi edinme olasılığı ortadan kalkar. Bu nedenle de bilgi kaynağının kredi müşterisiyle ilişkisinin niteliğine ve boyutlarına bakmak gerekmektedir. Müşterinin karakteri belirlendikten sonra deneyimi, iş kolundaki uzmanlık derecesi ve yönetim gücü hakkında da bilgi edinmek ve bir yargıya varmak gerekmektedir.

Son olarak da pazar ve sektör hakkındaki bilgilerin pek çoğu, müşterinin pazar içindeki rekabet gücünü saptamak üzere yapılan araştırma esnasında elde edilir. Müşterinin pazarlama stratejisi ve bu pazarlama stratejisinin organize edilmiş şekli analiz edilerek de müşteri hakkında bilgi sahibi olunabilir. İyi organize edilmiş ve dikkatle planlanmış bir pazarlama stratejisinin varlığı, şirketin iyi bir yönetime sahip olduğunun göstergesidir. İşletmenin içinde faaliyet gösterdiği sektörün çoğu zaman kredi kararının verilmesinde etkileyici rolü vardır.

Sektörlerin taşıdıkları risk derecelerinin farklı oluşu nedeniyle müşteriler açısından sektörler arası ayrıma gidilebilmektedir. Örneğin; rekabetin çok yoğun, kâr marjlarının düşük, talep esnekliğinin fazla, piyasanın doymuş olduğu sektörler riskin yüksek olduğu sektörlerdir. Bu sektörler kredili satış yapacak firma açısından taşıdıkları risk nedeniyle daha az tercih edilen sektörlerdir. Ancak bu sektörlerde faaliyet gösteren firmalar finansal yapılarını sağlamlaştırdıkları sürece bu dezavantajdan kurtulabilirler.

### **211001. Kantitatif Bilgi Kaynakları**

Kalitatif araştırma işletme yönetiminin ve stratejilerinin başarısı ve güvenilirliği hakkında karar verebilmek için mülakatlar ve gözlemler yoluyla edinilen finansal olmayan bilgilerin değerlendirilmesidir. Ancak bu çaba kredi kararlarının sadece bir yönünü oluşturmaktadır. Kredili satış yapan alacaklı tarafın finansal riskinin kantitatif olarak saptanması için gerekli, amaca uygun finansal verilerin toplanması şarttır. Kantitatif analiz olarak da adlandıracağımız faaliyetler, bu verilerin çeşitli teknikler uygulayarak değerlendirilmesi çalışmalarını kapsar.

Kantitatif bilgi kaynaklarını dört grupta toplamak mümkündür. Bunlar;

- a) Finansal tablolar,
- b) Faaliyet raporları ve diğer yönetim raporları,
- c) Mukayeseli finansal tablolar, sektörel tablolar ve veriler,
- d) Resmi makamlara verilen hesap durumlarıdır.

### **2110010. Finansal Tablolar**

Firmanın finansal yapısını, bu yapıdaki zayıf ve güvenilir tarafları ortaya çıkarabilmek ve kredi kararını bu bilgilere dayandırarak verebilmek için finansal tablolara ihtiyaç vardır. Finansal verilerin kalitesini saptayabilmek için yapılacak iki şey vardır. Bunlardan ilki; finansal bilgilerin güvenilirliğinin kanıtlanması: Özellikle büyük hacimli firmaların finansal tablolarının bağımsız denetim kuruluşları tarafından denetlenip denetlenmediği belirlenmelidir. Denetimi yapan kuruluşun kendi alanında sözü geçen, tanınmış bir kuruluş olmasına dikkat etmek gerekir. Diğer ise; denetimcinin yaptığı inceleme sonucunun belirlenmesi: Firmanın güvenilir bir bağımsız denetim kuruluşuna tablolarını denetlettiği saptandıktan sonra bağımsız denetçinin firma hakkındaki görüşü incelenmelidir.

Finansal analizde kullanılan tablolar arasında gelir tablosu, bilanço, proforma finansal tablolar sayılabilir.

### **21100100. Gelir Tablosu**

Firmanın belirli bir dönemdeki gelir ve giderlerinin özetlendiği ve bunların sonucunda oluşan kâr ve zararın oluşumunu, brüt satışlardan başlayarak gösteren bir çizelgedir. Gelir tablosunun geçmiş dönemlere ait bilgi kaynağı olması nedeniyle, gelir tablosu incelenerek firmanın gelecekteki başarısı ve borç ödeme kabiliyeti hakkında tahminlerde bulunulabilir.

### **21100101. Bilanço**

Firmanın belirli bir tarihteki varlıkları ve bu varlıkların finanse edildiği kaynakları gösteren çizelgedir. Bilanço analizinin amaçları şöyle sıralanabilir:

- a) Kredi karşılığında alınacak teminat belirlenebilir.
- b) Daha önceki yıllara ait bilançolarla karşılaştırıldığında varlıklardaki ve borçlardaki trendler ile, belirli varlıklarla belirli borçlar arasındaki trendler ortaya çıkarılabilir.
- c) Borç özvarlık yapısı incelenerek finansal kaldıracın etkisi dolayısıyla müşterinin riski ölçülebilir.
- d) Varlıkların kalitesi ve likiditesiyle, borçların niteliği ortaya çıkarılabilir.

Ayrıca müşterinin ileriye yönelik finansman ihtiyaçlarını belirleyebilmek için özsermayedeki değişimlerin ve dağıtılmayan kârların irdelenmesi, kâr dağıtım tablosunun incelenmesini gerekli kılmıştır. Firmanın finansal yapısının kaynaklarını ve bu kaynakların aktif edinmede ne şekilde kullanıldığını gösteren kaynak kullanım tablosu ileriki dönemlerde fon ihtiyacının tahmininde ve finansman alternatiflerinin seçiminde yararlı bilgiler sağlar (SEVAL, 1990, ss.133- 134).

## **21100102. Proforma Finansal Tablolar**

Firmanın gelecekteki beklenen durumunu ve gelir- giderlerini ortaya koymak amacıyla düzenlenen tablolarıdır (DAĞLI, 2001, s.88). Bu tablolar da müşterilerin gelecekte ihtiyaç duyabilecekleri finansman miktarının belirlenmesi ve kredi kararının bu doğrultuda verilmesi açısından önemlidir.

## **2110011. Yönetim Raporları**

İşletmelerde yöneticiler çoğu zaman finansal tabloların içerdiği bilgilere dayanarak şirketi yönetmezler. Günlük faaliyetlerin sürdürülebilmesi için günlük, haftalık, aylık bazda hazırlanmış ayrıntılı raporlara ihtiyaç vardır. Başarılı bir yönetim için hayati önemi olan bu raporlar yöneticilere planlanan sonuçlardan sapmaları zamanında haber verir ve masrafların ve diğer temel unsurların kontrol altına alınmasında yardımcı olur. Belirli koşullar altında yararlı olacak çeşitli yönetici raporları mevcuttur. Ancak bazı raporlar ve bilgiler kredi taleplerinin değerlendirilmesi açısından her zaman yararlı ve gereklidir. Bunlar;

- a)Bütçeler ve finansal tahminleri,
- b)Stok analizleri,

c)Ticari borçların yaşlandırılması ve önemli satıcı grupları bazında yoğunlaşmaların belirlenmesi,

d)Satış ve gider analizleri,  
gibi raporlardır.

### **2110012. Mukayeseli Bilgiler**

Belirli bir döneme ait finansal tablolar üzerinde yapılan analiz firmanın nereden gelip nereye gittiği hakkında pek fazla bilgi vermez. Örneğin tablolarda görülen %15'lik bir kârlılık oranı belirli bir sektör için çok iyi bir getiri olabileceği gibi, çok düşük bir kârlılık oranı da olabilir. Doğru kararlar alabilmek için kredi analizcisinin elinde firmayı mukayese edebileceği bazı standartlar olmalıdır. Bu standartlar firma içi karşılaştırmalar sonucu oluşabileceği gibi, firmalar arası karşılaştırmalar sonucunda da elde edilir (SEVAL, 1990, ss.139-142).

### **21100120. Firma İçi Karşılaştırmalar**

Firmayı kendi değerleriyle karşılaştırmak, firmanın başarı durumunun değerlendirilmesi için ilk yapılacak analizlerden biridir. Değerlendirme sonuçlarının daha sağlıklı olması mümkün olduğu kadar çok sayıda yıla ait finansal verilerin kullanılmasına bağlıdır. Firma içi karşılaştırmalar aşağıdaki şekillerde yapılabilir.

a) *Dikey analiz*: Finansal tablolardaki ana hesap kalemlerinin "100" kabul edilip diğer kalemlerin bunun yüzde kaçını oluşturduğunun hesaplanması işlemidir (DAĞLI, 2001, s.67). Bu analiz sayesinde gelir tablosunda temel gider kalemlerinin, satışlara oranla ne şekilde değiştiği, bilançoda ise varlıklar ve borçlardaki dağılım değişikliği ortaya konulur.

b) *Trend analizi*: Finansal tablolarda yer alan kalemlerin belli bir zaman aralığı içinde gösterdiği gelişmeyi ortaya koyar. Bu analizde firma açısından her yönüyle "normal" (faaliyet sonuçları ne çok başarılı ne de çok başarısız) bir faaliyet yılını temsil eden bir yılın (dönemin) baz olarak alınması gerekir (DAĞLI, 2001, s.70). Baz yılda bütün kalemler 100 olarak gösterilir. Diğer yıllara ait kalemler baz yılın yüzdesi olarak gösterilir.

Bu analiz yöntemiyle finansal tablo kalemlerindeki nispi büyüme ve küçülmeler izlenebilir.

c) *Oran analizi*: Bilanço ile gelir tablosu kalemleri arasında ilişki kurar. Likidite, kârlılık, mali yapı gibi açılardan hesaplanan oranlarla firmanın güçlü ve zayıf noktaları ortaya konulur. Bu oranların birden fazla yıl için hesaplanması halinde mukayese imkanı doğmaktadır.

### **21100121. Firmalar Arası Karşılaştırmalar**

Firmaların finansal sonuçları ile benzer konuda faaliyet gösteren, ortak niteliklere sahip bulunan firma sonuçları mukayese edilir. Ayrıca sonuçları sektör ortalamaları ile de karşılaştırılabilir. Bu sayede firmanın riskliliği, başarısı daha belirgin bir şekilde ortaya çıkacaktır. Ancak bu tür karşılaştırmalar yapılırken firmaların farklı muhasebe yöntemleri, pazarlama stratejileri ve üretim süreçleri kullanabilecekleri gözden kaçmamalıdır. Farklı uygulamalar ve bir firmanın birden çok sektörde faaliyette bulunması bu yöntemin uygulanması hususunda sorun teşkil etmektedir. Bütün bu sınırlamalara rağmen analizi yapılan firmanın özelliklerinin iyice kavranmış olması, karşılaştırmanın iyi sonuç vermesini sağlayacaktır.

### **2110013. Resmi Makamlara Verilen Hesap Durumları**

Firmalar, müşterilerinin bağlı buldukları vergi dairelerine verdikleri bilanço yada işletme hesap özetlerinden de yararlanarak müşteri hakkında bilgi edinebilirler. Ayrıca müşterinin bir işletme ve özellikle halka açık şirket olması durumunda, Sermaye Piyasası Kurulu'na vermiş olduğu rapor ve tablolar, banka kredilerinde olduğu gibi ticari kredilerde de kredi analizcisi için yararlı olabilir.

### **21101. Dolaysız ve Dolaylı Bilgi Kaynakları**

Müşteri hakkında edinilen bilgilerin kaynaklarını bir başka ayırım da tabii tutabiliriz. Bu sınıflandırmaya göre kredili satış yapılacak kişi veya firmalar hakkında bilgi toplamak için

yararlanılabilecek kaynaklar, dolaysız ve dolaylı kaynaklar olarak ayrılabilir (AKGÜÇ, 1998, s.264).

### **211010. Dolaysız Bilgi Kaynakları**

Değişik yollarla müşterinin kendisinden edinilen bilgilerin yer aldığı dolaysız bilgi kaynakları; kredi taleptanesi, satış servisinin müşteri hakkındaki bilgi ve görüşü, firmada müşteriye ait özel bilgi dosyası, kişisel karşılıklı görüşme, müşterinin iş yerinde yapılan inceleme, müşterinin mali tabloları şeklinde sıralanabilir.

*a) Kredi taleptanesi:* Firmalar, kredi talebinde bulunan müşterilerin işletme yada şahıs olması durumlarına göre standart kredi formları düzenleyebilirler. Bu formlara müşteri tarafından aktarılan bilgiler müşteri hakkında bilgi sağlayan doğrudan bir kaynak sayılmaktadır.

*b) Satış servisinin müşteri hakkındaki bilgi ve görüşü:* Satış servisi elemanlarının müşteri hakkındaki bilgi ve görüşleri de önemli bir bilgi kaynağıdır. Eski müşteriler hakkında satış elemanlarınca edinilmiş olan bilgiler değerlendirilerek bu müşterilere yeni satış yapıp yapılmayacağına karar verilir. Yeni müşteri ile de şirketin ilk temasta bulunduğu kişi satış elemanıdır. Bu vasıta ile satış elemanı müşterinin iş ortamı, şirket yönetim süreci ve kantitatif bilgi kaynaklarında da belirtilen stok analizleri ve ayrıca şirket politikaları hakkında bilgi sahibi olarak firmanın kredili satış kararına etki eder.

*c) Firmada müşteriye ait özel bilgi dosyası:* Firmalar daha önce kredili satış yaptığı müşterilerle ilgili bilgileri depolayabilirler. Bu sayede yeniden kredili satış yapılacak müşteri ile ilgili bütün gelişmeler rahatlıkla takip edilmiş olacak ve kredili satış kararı doğru verilebilecektir.

Şüphesiz bilgi depolama ve bu bilgiyi elde etme çalışmalarının firmaya bir maliyeti olacaktır. Ancak bilgilerin bilgisayar ortamından takip edilişi depolama maliyetlerinde azalma sağlayacaktır.

d) *Kişisel karşılıklı görüşme:* Aslında bu kaynak satış elemanı vasıtasıyla bilgi yönetimini içine almaktadır. Belirlenen kredi politikası sonucunda kredili satış talebinde bulunan müşterilere satış veya kredi personeliyle özel ziyaretler düzenlenebilir.

Müşterilerle yapılan kişisel görüşmelerde potansiyel müşteri hakkında mümkün olduğunca çok bilgi toplamak gerekmektedir. Bu sayede sahip olunan bilgilerle potansiyel müşterinin ödeme çabukluğu belirlenebilmektedir. Kredi talep eden kişinin yada firmanın yöneticisinin kişisel nitelikleri, dürüstlüğü, bilgi düzeyi, içtenlikle davranıp davranmadığı gibi hususlarda gözlemler yapmak karşılıklı görüşme ile sağlanır.

Karşılıklı görüşme, öznel değerlendirmelere yol açabilir. Gerçekten kişilerin diğer kişileri değerlendirmeleri, kişisel tercih ve eğilimlerinin, duygularının, değer yargılarının, düşünce biçimlerinin etkisi altında kalabilir (AKGÜÇ, 2000, s.27). Bu nedenle müşteriyle karşılıklı görüşme yapılırken daha gerçekçi sonuç alınabilmesi için, satıcı firmanın birden fazla kişiyle görüşmeye katılması uygun olacaktır.

e) *Müşterinin iş yerinde yapılan inceleme:* Kişisel görüşme yapılmasının ardından müşterinin, iş yerinde incelenmesi önemli bilgiler elde edilmesini sağlayacaktır. Firma ziyaretinde, firmanın teknik ve sosyal yapısı ayrıca yönetim kalitesi ve müşterinin kişiliği hakkında bilgi sahibi olunabilmektedir. Çünkü yöneticinin kişiliği ve yönetim yeteneği iş yeri ziyaretlerinde kendini gösteren bir nitelik taşımaktadır. İşletmenin fiziki varlıkları dolayısıyla kredi sözüne bağlı kalıp kalmayacağı iş yeri ziyaretlerinde firma tarafından gözden kaçması mümkün olmayan değerlerdir.

f) *Müşterinin mali tabloları:* Kredili satış talebinde bulunan müşterinin bir firma olması durumunda, mali tabloların denetlenmesi yoluyla bilgi edinme aşaması en çok kullanılan kaynaklardan biridir.

Muhtemel bir satış döneminde satıcılar, kredi analizinde en çok arzu edilen bilgi kaynaklarından biri olan finansal rapor talebinde bulunabilirler. Şirketin net cevabıyla bilgilerin ve şirketin zayıf finansal pozisyonunun sağlanması arasında bir bağlantı vardır. Mümkün olduğu takdirde, denetlemiş olanlar tercih edilir. Özellikle sezonluk satış yapan



firmalardan dönem içi tablolara ilaveten yıl sonu mali tabloların elde edilmesi yardımcı olur (VANHORNE, 1992, s.429).

Finansal hesaplar incelenirken mali tabloların hazırlanış tarihi ile inceleniş tarihinin çok farklı olması bilgilerin doğruluğunu azaltır. Ayrıca bağımsız denetimciler tarafından denetlenmemiş, standartlara uygun olmayan finansal tablolarda bilgilerin güvenilirliği konusunda şüphe uyandırmaktadır.

Müşteri hakkında bilgi sahibi olmak için bilanço, gelir tablosu, proforma finansal tablolar v.b.leri incelenirken alacakların emniyet altında olup olmadığını gösteren oranlar dikkatlice ele alınmalıdır.

### **211011. Dolaylı Bilgi Kaynakları**

Müşterinin doğrudan kendisinden elde edilmeyen, örneğin; ilişkide bulunduğu bankalardan, ticaret sicili kayıtlarından, vergi ile ilgili kayıtlarından, gazetelerden v.b. kaynaklardan elde edilen dolaylı bilgi kaynakları aşağıda açıklandığı gibidir.

*a) Bankalardan alınan bilgiler:* Vadeli alış talebinde bulunan müşteriler hakkında bilgi sahibi olunabilecek kaynaklar arasında bankalar da sayılabilmektedir. Bankalar bu araştırma için güvenilir kurumlardır. Çünkü hakkında bilgi edinmek istediğimiz müşteri, aynı zamanda bilgi talebinde bulunduğumuz bankanın da müşterisidir. Bankaların müşterilerinin kredi kontrolü için büyük kredi bölümüne sahip olmaları nedeniyle, müşteri hakkındaki bilgiler bankalardan da temin edilebilir.

Banka referansı için talep genelde satıcının bankası tarafından yapılır. Bankadan bilgi alınırken müşterinin firmadan talep ettiği kredi miktarının bankaya bildirilmesi, bankanın bu kredi tutarı doğrultusunda bilgi vermesi açısından gerekmektedir.

Dolaylı kaynak olarak nitelendirdiğimiz bankaların başında Merkez Bankası gelmektedir. Merkez Bankası kaynaklarını; risk santralizasyonu, protestolar ve karşılıksız çekler olarak sıralayabiliriz (SEVAL, 1990, ss.126-127).

*Risk Santralizasyonu:* Bankalar kredi müşterilerine açtıkları kredileri ve kullandırdıkları kredi miktarını Merkez Bankası'na bildirirler. Merkez Bankası bankalarca bildirilen cetvelleri birleştirerek tekrar bankalara gönderir. Merkez Bankası'nda toplanan bu bilgiler müşteriye tüm bankalarca açılan ve kullanılan kredileri, bu kredilerle ilgili müşteri taahhütlerinin yerine getirilme derecesini göstermektedir. Müşterilerin riskliliğini göstermesi dolayısıyla bu bilgilerin yer aldığı belgelere *karışık risk cetvelleri* adı verilir.

Bu cetvellerden müşterinin kredi karakteri hakkında bazı önemli ipuçları elde edilebilir. Örneğin; müşterinin kullandığı tüm krediler, borç kapasitesi hakkında fikir edinilmesini sağlayabilir. Eğer bu miktar, varlıkları ve sermayesine oranla çok yüksekse işletme borç kapasitesini aşmıştır. Kredilerdeki eğilimler izlenebilir. Müşteriye diğer bankalarca açılan kredilerin kapatılması söz konusu ise bunun nedenlerinin öğrenilmesi, eğer işletmenin mali yapısındaki bozulma diğer bankalarca tespit edilmiş ve bunun sonucunda kullanılan krediler tasfiye edilmişse bu uyarının değerlendirilmesi gerekir.

*Protestolar:* Senet borçlusu senedi verirken belirli bir vade sonunda senet üzerinde belirtilen miktarı ödemeyi taahhüt etmektedir. Senedin vadesinde ödenmemesi halinde protesto söz konusu olur ki, bu da borçlunun taahhüdünü yerine getirmediğinin bir göstergesidir. Bu kredi karakteri için kötü bir gösterge teşkil edebileceği gibi, işletmenin mali yapısının da borcunu ödeyemeyecek kadar bozulduğunun bir işareti olabilir.

Ülkemizde ödenmeyen senetler, noterler tarafından protesto edilir. Bütün bu protestolar Merkez Bankası tarafından yayınlanmaktadır. Bu yayınlardan senetleri protesto edilen şirketler izlenebilir.

*Karşılıksız Çekler:* Merkez Bankası çek kullanan müşterilerin karşılıksız çıkan çeklerini bankalara yayınlamaktadır. Kredi talep eden müşterinin çekleri karşılıksız çıkıyorsa bu müşterinin karakterinden ve borcu geri ödeme konusunda istekliliğinden kuşku duymak gerekir.

*b) Ticari çevrelerden sağlanan bilgiler:* Kredili satış yapılacak müşteri hakkında ticari çevrelerden de bilgi alınabilir. Müşteriden kendisi için referans verebilecek olan isimler istenir. Verilen bu isimlerden yola çıkarak müşteri hakkında araştırma yapılır. Ancak

alınan bilgilerin değerlendirilmesinde dikkatli davranılmalıdır. Çünkü ticari kredi isteyen kuruluşlar genellikle yalnız olumlu referans verecek kişi ve kuruluş ismi vereceklerdir. Şirket sektöründe ismi verilen kuruluşlar aynı grupta veya ilgili şirketler arasında olabilir. Aynı zamanda adı verilen şirketle, olumlu referans vermeleri için daha önceden anlaşmış da olabilir. Bu nedenle ticari çevrelerden sağlanan bilgilerin gerçek yararları tartışmalı bir konudur (ERKAN, 1990, ss.67-68).

c) *Ticaret sicili kayıtları:* Türk Ticaret Kanunu'nun 26. ila 40. maddeleri arasında ticaret sicilinin teşkilatı ve tescil ile ilgili hükümler yer almaktadır. Buna göre; “ her tacirin ticaret siciline kayıt ve ilan olunmak mecburiyeti vardır.” Böylece, ticaret sicili kayıtları incelenerek vadeli alış talebinde bulunan müşterimizin firma olup olmadığını anlayabiliriz. Ticaret sicili kayıtlarının incelenmesi firmanın ticaret unvanı, hukuki şekli, işyeri, faaliyet konuları, esas sermayesi, kurucu veya kurucuları, ortaklık halinde ise başlıca ortakları, kanuni temsilcileri hakkında sağlıklı bilgiler sağlar (AKGÜÇ, 1991, ss.23-24). Bir hususun tescili zorunlu ise o hususta meydana gelebilecek değişikliklerin tescili de zorunludur. Bu nedenle firmanın faaliyet konusu, esas sermayesi, hukuki şekli gibi özelliklerinde meydana gelen değişikliklerin de tescili gerekir. Böylece müşteri firmanın gerek kurulduğu zamanda gerekse incelendiği zamanda içinde bulunduğu durum analiz edilebilir.

Ticaret sicilinin bilgi kaynağı olarak kabul edilmesi herkese açık olmasından kaynaklanmaktadır. Ticaret sicili kayıtlarını incelemek isteyenlerin bunda bir hukuki menfaatlerinin bulunup bulunmadığına bakılmayacağı gibi, kural olarak talebin sebebi de sorulamaz (DERYAL, 2002, s.95).

d) *Vergi beyannameleri, ilan edilen vergiler:* Müşterinin vergi mükellefi olması durumunda yararlanılabilen kaynaklardır. Vergi dairelerinin yardımıyla müşterinin mükellefiyeti, gelir tablosu ve bilançosunun doğruluğu hakkında bilgi edinilebilir. Vergi beyannamesinin onaylanmış örneğinin incelenmesi, kredi isteklisinin vergi dairesine verdiği mali tablolar ile satıcı firmaya sunulan tablolar arasında fark olup olmadığını, bir vergi incelemesi sonucunda müşteri aleyhine ek vergi tarhiyatı yapılması olasılığını ortaya koyar ve müşterinin dürüstlüğü konusunda bazı ipuçları verir (AKGÜÇ, 2000, s.30).

e) *Meslek kuruluşlarından alınan bilgiler:* Meslek kuruluşları üyeleri hakkındaki bilgileri edinip depolamaktadırlar. Meslek kuruluşlarının bu faaliyetleri, firmalara müşterileri hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamıştır. Satıcı firmalar, müşterinin bağlı bulunduğu meslek kuruluşuna karşı sahip olduğu sorumlulukları yerine getirme derecesine göre kredili satış kararı verebilirler. Meslek kuruluşuna yapmak zorunda olduğu ödemeleri gerçekleştirilmeyen, sürekli uyarı alan bir müşteri hiçbir firma tarafından kredili satışa layık görülmecektir.

f) *Gazete ve dergilerde firma hakkındaki yayınlar ve diğer kaynaklar:* Müşteri hakkında basın yayın organlarında çıkmış olan haberler doğrultusunda kredi kararı verilebilmektedir.

Müşteri hakkındaki diğer bilgi kaynaklarını, tapu kayıtları ve Sermaye Piyasası Kurulu'na bağlı anonim şirketlerin, Kurul'a vermiş oldukları bilgiler olarak sıralayabiliriz. Tapu kayıtları; müşterinin teminat olarak bildirdiği gayri menkullerin hisse durumu ve ipotek altında olup olmadığının öğrenilmesini sağlayan bir kaynaktır. Sermaye Piyasası Kurulu'na bağlı anonim şirketlerin, Kurul'a vermiş oldukları bilgiler, müşterinin ihale v.b. durumlarda taahhütlerinin gerçekleştirilme derecesi, çalışanlarının ücret ve maaşlarının ödenmesinde gösterdiği özen, halka açık anonim şirketlerin menkul kıymetler borsasında işlem gören hisse senetlerinin fiyatlarındaki değişimler, dış ticaret faaliyetlerinde bulunan firmanın ihracat ve ithalat bilgileri ve son olarak da trafik cezalarını ödemediği duydukları hassasiyet incelenerek kredili satış ile ilgili karara varılır.

### **2111. Kredi Riskinin Göstergeleri**

Kredi riski işletmenin kredili satışlarından doğan alacaklarını tahsil edememe olasılığını ifade eder. İşletme yöneticileri müşterilerinin kredi değerliliğinin ölçümünde ve kredi riskinin belirlenmesinde beş kriterden yararlanırlar. Bunlar; müşterilerin karakteri (moralitesi), kapasitesi, sermaye durumu, gösterdiği güvenceler (maddi teminatlar, karşılıklar) ve iş kolunun içinde bulunduğu ekonomik koşullardır. Kredi yönetiminin 5K'sı olarak da ifade edilen bu risk göstergeleri müşterinin yükümlülüklerini yerine getirme yeteneğini etkileyen firmadaki genel ekonomik eğilim yada ekonominin bazı alanlarındaki özel gelişmelerden etkilenmektedir.

*Karakter;* Kredili satış yapılacak müşterinin taahhütlerine bağlılığını, sözüne güvenilirliğini ve dürüstlüğünü ifade etmektedir. Diğer bir ifade ile müşterinin ticaret ahlâkı ve yükümlülüklerini yerine getirmesiyle ilgili bir kavramdır.

Bu faktör hayli öneme sahiptir. Çünkü her ticari kredi beraberinde ödeme sözü getirmektedir. Borçlu ya borçlarını ödeme konusunda dürüst davranarak ödeme için çaba harcayacak yada borcundan kaçmaya gayret edecektir. Deneyimli kredi yöneticileri kredi değerlendirmesinde kullanılan karakterin en önemli nokta olduğu üzerinde ısrar etmektedir (KEOWN ve diğerleri, 1996, ss.341-342).

Kredinin geri ödenmesi için diğer bütün faktörlere sahip olunsa da gününde ödeme alışkanlığı yok ve sadakat gösterme bozukluğu var ise kredinin riski artmaktadır. Örneğin; bir müşterinin krediyi ödeyecek nakdi olmasına rağmen hemen ödemeyip uyarılmayı bekleme alışkanlığı olması borç ödeme karakterinin zayıflığının göstergesidir. Bu nedenle karakter, kredi riskinin başta gelen faktörüdür. Ancak ölçülmesi en zor göstergelerden biridir (AKSOY, 1993, s.251). Karakterin ölçülmesine ilişkin kanıtlar, diğer firmalar yada kredi aracısı olarak görev yapan firmalardan elde edilir.

*Kapasite;* Müşterinin borcunu ödeme yeteneğinin nesnel bir yargısını tanımlamaktadır (KEOWN ve diğerleri, 1996, s.342). Kapasitenin temel göstergesi borçlu firma yada şahsın kazanma gücüdür. Diğer bir ifade ile, kapasite müşterinin gelir durumu ile ilgilidir.

Kapasite hakkındaki bilgiler temel olarak, potansiyel müşterinin geçmiş finansal bilgilerinin, özellikle müşterinin dönemsel gelir ve giderlerinin incelenmesi sonucu elde edilir. Finansal durum ile ilgili bilgiler müşteriden elde edilebilirler. Ayrıca, kredi aracısı kuruluşlar da kapasite hakkında bilgi edinilecek birincil bilgi kaynağıdır (SMITH, 1979, s.121).

Borçlunun borçlarını, ödeme günü geldiğinde dış kaynaklara başvurmadan, diğer bir ifade ile borç baskısı altında olmadan ödemesi kapasitesinin yüksek olduğunun göstergesidir. Maaşlar, kira ve diğer gider kalemleri genellikle işletmeyi çalışır durumda tutabilmek için ödemesi en önce yapılan kalemlerdir. Normal faaliyetlerin yürütülebilmesi için gerekli olan bu kalemler firmanın kapasitesinin belirlenmesinde gözönüne alınması

gereken hususlardır. Bunların ödemesinin zamanında yapılabilmesi, kapasitenin yüksek olduğu yönünde bir işarettir.

Yönetimin kalitesi, ürünlerin pazarı, işletmelerin satış trendi, satılan mal ve hizmetlerle sağlanan servis hakkında toplanılan bilgiler kapasitenin belirlenmesi için toplanılan bilgiler arasındadır (PETERSON, 1984, s.61). İşletme borçlunun kapasitesini analiz ederken bunların her birini ayrı ayrı ele alabileceği gibi sadece bir tanesini de esas alabilir.

*Kapital;* Borçlunun genel finansal durumunun rasyolar yardımıyla yeterli olup olmadığı ölçülmesidir. Bu doğrultuda kapital, firmaların büyüklüğünün ve kazanma güçlerinin göstergesidir. Sermaye, borç-özsermaye oranı ve faiz karşılama oranı gibi oranlarla değerlendirilmelidir. Burada da hem kişinin hem de firmanın finansal durumu, kapital hakkında bilgi edinilebilecek birincil kaynaktır.

Kapitalin analiz edilmesinde dikkat edilecek nokta; müşterinin varlıklarının sağlanmasında özkaynak ve yabancı kaynak kullanım düzeyinin belirlenmesidir. Bu durumda varlıklarının çoğunluğunun özkaynaklardan elde edilmiş olması tercih edilir. Kredinin bu faktöründen (kapital) dolayı çoğu bireysel tüketicinin, ticari kredi talep edenlere nazaran ödenememiş hesabın kapatılmasına engel olacak kadar küçük bir özsermayeye sahip olması sebebiyle, tüketici ve ticari kredi arasında fark meydana gelmiştir (SMITH, 1979, s.121).

Kredilendirme sonucunda ödemelerini zamanında yapmayan müşterilerin varlıklarına alacakların tahsili amacıyla el konulacaktır. Bu nedenle önemli derecede borçlanmış müşterilerin ödeme güçleri zayıf ve bu müşterilere kredi verme eğilimi düşük olacaktır.

*Karşılık;* Müşterinin borcunu ödememesi halinde ileride ödemesini sağlamayı güvence altına alacak kadar yeterli varlığının olup olmadığı göstergesidir. Müşterilerin kredi sağlamada güvence olarak gösterebileceği varlıklar, müşterilerin kredi değerliliği saptanırken dikkate alınması gereken kriterlerden biridir. Bunlar; maddi teminat, kefalet, ticari senet, banka teminat mektubu v.b. olabilir.

Kredi talep eden müşteriyle ilgili diğer risk göstergeleri yeterli olmasa dahi bu müşterinin borçlarına kefil olabilecek güçlü bir firmanın varlığı müşteriye kredili satış yapılabilmesini sağlayabilmektedir. Ancak kefil olan firma da kredi riskinin analiz edildiği bu süreçte gözden geçirilmelidir.

*Koşullar;* Müşterinin yükümlülüklerini yerine getirme yeteneğini etkileyen genel ekonomik eğilim yada ekonominin bazı alanlarındaki özel gelişmelerdir. Koşullardaki değişiklikler karşısında müşterinin yükümlülüklerini yerine getirip getiremeyeceği konusunda karara varmayı esas alır.

Koşullardaki değişim, ulusal ekonomiden meydana gelebilir ve müşterinin rakiplerini, ürünlerini, yönetimini veya müşterinin ürün/hizmet alıcılarını etkileyebilir (PETERSON, 1984, s.64). Firmalar tarafından kontrol edilemeyen bu gelişmelerin her bir firmayı etkileme derecesi farklı olacaktır. Müşterinin ekonomik gelişmelerden etkilenme derecesi riskliliğiyle doğru orantılıdır. Konjonktürel dalgalanmaların yaratacağı riski belirlemek oldukça zor olmakla birlikte imkansız değildir. Ekonomiyle ilgili çeşitli göstergeler incelenerek gelişmelerin firmanın faaliyetleri üzerine etkilerini ihtimal dağılımları ile göstererek riskliliğini ölçmek mümkündür (AKSOY, 1993, s.253).

Müşteri kredi değerliliğinin ölçülmesi ile ilgili olarak yukarıda açıklanan göstergelere iki tane daha eklenebilir. Bunlar (ÖNAL, 1998, s.19);

a) Müşteri İlişkileri; kredi talep eden müşteri ile daha önce de iş yapılıyor olması, kredi değerliliğinin ölçülmesinde büyük kolaylık sağlayacaktır. Bu sayede, geçmiş deneyim ve bilgilerden de yararlanma olanağı doğacaktır.

b) Rekabet; diğer firmalarla çalışan başarılı kurumların birlikte çalışmaya ikna edilmesi ve/veya mevcut kaliteli müşterilerin kaybedilmemesi firmalar açısından önemlidir.

## **22. Müşteriye Kredi Açma Kararının Verilmesi**

Firmanın tespit ettiği kredi politikasını uygun gören müşterilerin firmaya kredi talebinde bulunmasının ardından, satıcı firma tarafından müşterinin kredi değerliliği belirlenir. Bu belirleme sonucunda, teklifin kabulü yada reddi sonucunda ortaya

çıkabilecek kâr-maliyet karşılaştırmasına ve müşterinin ödememe olasılığına göre kredi açma konusunda karar verilir.

## 220. Kabul ve Ret Kararlarının Kâr-Maliyet Analizi

Kredili satış talebiyle karşılaşan işletme, olumlu yada olumsuz bir karar vermeden önce, kabul ve ret maliyetlerini karşılaştırmalıdır. Kabul etme ve reddetme maliyetlerinin hesaplanmasında kullanılan formüller şöyledir (ARIKAN II, 1974, s.42):

$$\text{Kabul Maliyeti} = (\text{şüpheli alacak ihtimali})(\text{ek satış x değişken maliyet}) + (\text{istenilen verim yüzdesi}) (\text{ortalama tahsil süresi} / 360) (\text{ek satış x değişken maliyet}) + \text{ortalama tahsil maliyeti}$$

$$\text{Ret Maliyeti} = (1 - \text{şüpheli alacak ihtimali}) (\text{ek satış x marjinal birim kâr})$$

Formüllerden elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde ret maliyetinin kabul maliyetinden fazla olması durumunda kredili satış yapılması kararı verilmelidir. Bu formüllerde kullanmak için, geçmiş yıllardaki fiili sonuçlara bakılarak alacakların ortalama tahsil süresi, ortalama tahsil maliyeti ve şüpheli alacaklar tahmin edilebilir. Örneğin, vadesinde ödenen hesapları “iyi”, vadesini biraz geçiren hesapları “orta”, vadesini çok geçirdikten sonra ödenen hesapları “zayıf” olarak sınıflandırabiliriz.

Bu konuyu biraz daha açıklamak ve belirginleştirmek için bir örnek verelim (ARIKAN II, 1974, s.43);

A şirketine ait geçmiş yıllardaki fiili sonuçların tablo 17’de belirtildiği gibi olduğunu varsayalım.

A işletmesinin ürettiği mamullerin birim başına değişken maliyeti 10 YTL, birim başına marjinal kâr 2 YTL, şirketin istediği verim %20’dir. “Orta” grupta sınıflandırılan B şirketinin de A şirketinden 500 birim kredili mal almak istediğini kabul edersek bu durumda A şirketi bu isteği kabul etmeli midir?



Tablo : 17

## Kabul ve Ret Kararının Verilmesinde “A” Şirket Örneğine Ait Veriler

Hesabın durumu (Geçmiş yıllardaki sonuçlar)	Vadesinden sonra ödenmiş alacakların ortalama tahsil süresi (gün)	Ortalama tahsil maliyeti (hesap başına YTL)	Şüpheli alacak ihtimali ( % )
İyi	10	0,5	1
Orta	45	1,0	5
Zayıf	60	3,0	20
Yeni hesap	60	1,5	15

Kabul maliyeti =  $0,05 (500 \times 10) + 0,20 (45 / 360) (500 \times 10) + 1 = 376$  YTL

Ret maliyeti =  $(1 - 0,05) (500 \times 2) = 950$  YTL

Kabul maliyeti (376 YTL), ret maliyetinden (950 YTL) düşük olduğu için, A şirketi B şirketine kredili satış yapılabilir.

### 221. Ödememe Olasılığı Açısından Kredi Kararının Verilmesi

Kredi maliyeti ve kredi kalitesi ilişkili olduğundan dolayı hesapların kalitesini tahmin etmek önemlidir. Bu tahmini yapmanın en uygun yolu ise müşterileri ödememe olasılığı açısından analiz etmekten geçer. Bu analiz sonucunda firma müşterilerinin ödeme veya ödememe olasılığına dayanarak bazı müşterilerine kredi açarken bazılarını açmayı reddedecektir.

Ödememe olasılığı açısından kredi açma kararının nasıl etkilendiğini anlayabilmek için şu varsayımdan yararlanalım (KOLB-RODRÍGUEZ, 1996, ss.77-78).

Firmanın C liraya aldığı ve S lira değerindeki bir ürünü alan bir müşteriyi göz önüne alalım. Firma için paranın yıllık maliyeti yüzde  $r$ 'dir ve müşteri malı aldıktan T gün sonra bedeli ödeyecektir. Eğer her müşterinin T gün sonra S lirayı ödeme olasılığının  $p$ , buna

karşılık ödememe olasılığının (1-p) olduğunu kabul edersek kredi döneminin sonunda ortalama veya beklenen geliri şu olacaktır.

$$E(\text{Gelir}) = S \times p + 0 \times (1-p) = S \times p \quad (1)$$

Burada;

E(Gelir) : kredili satıştan beklenen geliri,

S : kredili satış tutarını,

p : müşterinin borcunu geri ödeme olasılığını ifade etmektedir.

Her müşteriden bu beklenen geliri elde edebilmek için, firmanın bugün C lira yatırım yapması gerekmektedir. Beklenen gelirin elde edilebilmesi için gerekli olan yatırım tutarı ise aşağıdaki gibi formüle edilebilir (DAĞLI, 2001, ss.198-199).

$$YT = C \left( 1 + \frac{i \times T}{365} \right) \quad (2)$$

Burada;

YT : kredi açmanın toplam maliyetini (veya yatırım tutarını),

C : satışların maliyetini,

i : firmanın sahip olduğu fonların maliyetini (veya basitçe yıllık faiz oranını),

T : açılan kredinin gün olarak vadesini,

365 : yıldaki gün sayısını ifade etmektedir.

Dikkat edilirse kredinin maliyetinin hesaplanmasında satılan malın alış bedelinin yanında vade boyunca mahrum kalınan faizler de hesaba katılmaktadır. Buna göre,

$$BG - YT > 0 \quad (3)$$

$$\left[ (S \times p) - C \left( 1 + \frac{i \times T}{365} \right) \right] > 0 \quad (4)$$

olursa kredi açma kararı verilir. Burada faiz oranı, vade, satışların maliyeti ve satış tutarı bilinirken, bilinmeyen tek faktör müşterinin ödememe (veya ödeme) olasılığıdır. Yukarıdaki eşitlik müşterinin ödeme olasılığı olan  $p$ 'ye göre yeniden çözüldüğünde aşağıdaki kârlı karar almak için gerekli koşul elde edilir.

$$\left[ \left( \frac{C}{S} \right) \left( 1 + \frac{i \times T}{365} \right) \right] < p \quad (5)$$

Burada;  $(C/S)$ , değişir gider oranını ( $dgo$ ) ifade etmektedir. Bu durumda ödeme olasılığı değişir gider oranından daha yüksek olduğu sürece yukarıdaki formül faiz oranı açısından şu şekilde yeniden düzenlenebilir.

$$i = \left( \frac{365}{T} \right) \left( \frac{p}{dgo} - 1 \right) \quad (6)$$

(5)'teki eşitsizlik, firmanın kredi açma kararını belirleyen temel faktörleri görme olanağı sağlar. Bu yalnızca yeterince yüksek ödeme olasılığı olan müşterilere kredi açılacağını söylemektedir. Eşitsizliğin sol tarafı firmaya has değişkenleri içerdiğinden farklı şirketler farklı kredi standartları benimseyeceklerdir. Örneğin (5)'teki eşitsizlikte satışların yüzdesi olarak daha yüksek bir maliyete ( $C/S$ ) sahip olan bir firma, kredi açmada, düşük  $C/S$  değerine sahip olan firmalardan daha muhafazakar olacaktır. Küçük kâr marjına sahip olan firmalar kredi müşterilerinden çok sayıda firmanın temerrüde düşmesini kaldıramayacağı için anlamlı görünmektedir. Benzer bir biçimde firmanın para maliyeti yükseldikçe ve kredi müddeti uzadıkça firma kredi açmada daha katı olacaktır (KOLB-RODRÍGUEZ, 1996, s.78).

*Örnek;* Bilgisayar satan bir işletmede bir adet bilgisayarın satış fiyatı 2000 YTL ve maliyeti 950 YTL'dir. Sermaye maliyetinin %90 olması durumunda, ödeme olasılığı %60 olan bir müşteriye 5 ay vade içeren satış yapılması kararı uygun mudur?

$$p > \left[ \left( \frac{950}{2000} \right) \left( 1 + \frac{0.90 \times 150}{365} \right) \right] = 0.6507$$

İşletme ancak minimum ödeme olasılığı %65.07 olan bir müşteriye kredi açmalıdır. Bu nedenle bu koşullarda ödeme olasılığı %60 olan söz konusu müşteriye kredili satış yapılmamalıdır. Çünkü kredili satıştan beklenen gelir ile kredinin maliyeti arasında negatif bir fark söz konusudur.

$$\begin{aligned} BG - YT &= \left[ (2000 \times 0.60) - 950 \left( 1 + \frac{0.90 \times 150}{365} \right) \right] \\ &= (1200 - 1301.37) = -101.37 \text{ YTL} \end{aligned}$$

Diğer taraftan %60'lık bir ödeme olasılığına sahip müşteriye kredili satış yapılabilmesi için;

$$i = \left( \frac{365}{150} \right) \left( \frac{0.60}{950/2000} - 1 \right) = 0.64$$

faiz oranlarının en fazla 0.64 olması gerekmektedir.

## 222. Kredi Açma Kararı Verilirken Kullanılan Analiz Yöntemleri

Firmanın kredi politikasını uygun gören müşteriler, kredili mal ve hizmet alımı için talepte bulunurlar. Müşterinin talepleri üzerine müşteri hakkında bilgi toplanır, kredi değerliliği ölçülmeye çalışılır. Müşteriye kredi açma kararının verilmesi aşağıda belirtilen analizlerle yerine getirilmektedir (AKSOY, 1993, ss.2536-260).

### 2220. Geleneksel Kredi Analizi

Geleneksel kredi analizinde kredinin 5 K'sı olarak adlandırılan kredi riskliliğinin göstergeleri ele alınarak incelenir. Sadelik sağlaması açısından koşul ve karşılık analiz dışı bırakılmış sadece karakter, kapasite ve kapital üzerinde yoğunlaşmıştır. Göstergeler, şekil 5'te olduğu gibi birbiri ile ilişkilendirilerek karara varılmalıdır.

Bu analizde kredi verilip verilmemesi hususunda önce müşterinin karakterine bakılır. Müşterinin karakteri güçlü ise bir sonraki aşamaya geçilerek kapasitesi analiz edilir. Kapasitesi güçlü olan müşterinin kapitali de güçlü ise bu müşteri firma açısından en uygun riske sahip müşteridir. Bu müşteriye ne kadar kredi verileceğinin kararı verilmelidir. Karakteri ve kapasitesi güçlü olan müşterinin kapitali zayıf ise bu müşterinin kredi talebi hemen reddedilmemeli müşteriye, kabul edilebilir risk grubunda yer aldığı için kredili satış yapılmalı ancak kredi miktarı daha düşük olmalıdır. Müşterinin karakteri güçlü olmakla birlikte kapasitesi zayıf olduğunda kapitaline bakılarak, kapitali güçlü ise kabul edilebilir risk sınıfına girdiğinden verilecek kredi tutarı hakkında karar verilmelidir. Kapitali zayıf ise risk derecesi fazla olduğundan kredi talebi geri çevrilmelidir.

Karakter zayıf olan müşterinin talebini hemen reddetme yerine kapasitesine bakılarak analize devam edilmekte, kapasitesi güçlü olduğunda kapital durumu incelenerek karar verilmelidir. Kapital durumu güçlü olduğunda müşteri kabul edilebilir risk sınıfında olup talebi karşılanmaya çalışılmalıdır. Ancak kapital durumu zayıf olduğunda riskin fazla olduğu sonucuna varılarak talebi reddedilmelidir. Karakter zayıf müşterinin kapasitesi de zayıfsa kapitali incelemeye alındığında güçlü olduğu tespit edilirse müşteri fazla risk taşıdığı için, kapitali zayıf olduğunda ise çok yüksek risk taşıdığı için kredi talebine olumsuz cevap alacaktır.

Kredi riski göstergelerinden karşılık analizde yer almamaktadır. Ancak analizin son aşamasında ele alınabilir. Karakteri, kapasitesi ve kapitali güçlü olan bir firmanın karşılık göstermesine gerek yoktur. Çok aşırı riskli ve fazla riskli müşterilere garanti veren bulunması biraz güçtür. Bununla birlikte bu zayıf müşteriler karşılık gösterdikleri takdirde kredi talepleri reddedilmelidir. Analize, karşılık veren unsurların da ilave edilmesiyle müşterilerin kredi talebi cevaplandırılmalıdır.

### **2221. Aşamalı Kredi Analizi**

Bu analizde kredili alım yapmak isteyen müşteriye kredi verme kararı birbirini takip eden üç aşamada gerçekleştirilmektedir. Burada ilave bilgilere gerek olup olmasına göre aşamalar devam ettirilmektedir. Her aşamada yapılan analizin gerektirdiği maliyetleri de dikkate almak gerekmektedir. Aşamalı kredi analizinin akışı şekil 6'da gösterilmiştir.

İlk adım müşterinin geçmiş yıllara ait ödeme durumunun incelenmesidir. Müşterinin geçmişteki davranışlarına ait bu bilgiler ihtimaller olarak ele alınmaktadır. İlk aşamada müşterinin geçmişle ilgili bilgileri %65 ihtimalle çok iyi, %25 ihtimalle geçmişle ilgili herhangi bir bilgi bulunmamaktadır ve %10 ihtimalle de geçmiş davranışların çok kötü olduğu tespit edilmiştir. Bu tespitin yapılabilmesi için gerekli olan, müşteriye ait dosyaların hazırlanması ve saklanması gibi çalışmalar maliyete katlanmayı zorunlu kılmaktadır.

Birinci aşamadaki analizde elde edilen geçmiş bilgilerin iyi olması halinde, müşterinin kredi talebi kabul edilebilir. Bunun yanında geçmişle ilgili bilgiler iyi olsa bile analize devam etmenin yararlı olduğu düşünülüyorsa analize devam edilebilir. Geçmiş uygulamaların çok kötü olması halinde talep hemen reddedilmekte yada müşterinin durumunda iyileşme olabileceği düşüncesiyle daha fazla inceleme amacıyla analize devam edilmektedir. Zaten geçmişe ait bilginin bulunmaması halinde daha fazla inceleme zorunlu olmaktadır.

İkinci aşamada yapılan incelemeler, müşteriler hakkında daha fazla bilgi sağlanması ile yerine getirilmektedir. Bu aşamadaki bilgiler firmanın kendisi tarafından toplanılmaktadır. Genellikle müşterilerin kredi taleplerinde çeşitli bilgileri içeren formlarla dolaysız olarak, yada dolaylı bilgi kaynaklarıyla bilgi elde edilmektedir. Toplanan bu bilgiler sonucunda müşterinin kredi riskinin çok yüksek çıkması durumunda talep hemen reddedilmektedir. Ancak firmanın dışındaki uzman kuruluşlarca yapılacak analizin sonucu merak ediliyorsa bir sonraki aşamaya geçilebilir. İkinci aşama sonunda müşterinin düşük kredi riskine sahip olduğunun anlaşılması halinde ya kredi talebi kabul edilmekte yada daha fazla bilgi edinmek için analize devam edilmektedir.

Analizin üçüncü aşaması, kredi yönetiminde uzmanlaşmış kuruluşlar tarafından kredi riskinin analiz edilmesidir. Daha önceki aşamalarda var olan tereddütleri ortadan kaldırmak için gelinen aşamadır. Eğer bu aşamada gözlemlenen müşteri riski düşük ise kredi talebi kabul edilecek, risk yüksek ise kredi talebi reddedilecektir. Analizin uzman kuruluşlara yaptırılması bu aşamadaki maliyetin, diğerlerine oranla daha yüksek olmasına neden olmaktadır.

## 2222. Puanlama Yoluyla Kredi Analizi

Kredi değerliliğinin analizi müşterinin niteliğine göre değişecektir. Bir ticari firmanın müşterileri için yapılacak analizle, bir bankanın müşteri analizi farklıdır. Ayrıca ticari firmada sunulan mamullerin nitelikleri de analizin değişmesine neden olmaktadır. Örneğin; sunulan ürünün dayanıksız yada dayanıklı mal olduğu durumlarda müşterinin analizi farklı olacaktır. Nihai tüketici olan müşteriler ile ürünleri faaliyetlerinde girdi olarak kullanan müşterilerin analizleri de farklı olacaktır. Puanlama yoluyla kredi analizi, ikinci gruptaki firma düzeyinde bulunan müşterilere de uygulanmakla birlikte daha çok tüketici durumundaki müşterilerin analizinde kullanılır (AKSOY, 1993, ss.257-258).

Müşterinin kredi değerliliğinin ölçümü, kredi açma ile ilgili kararın verilmesinin yanında açılacak kredi tutarının belirlenmesini de sağlamaktadır. Sistemin diğer bir avantajı da hesaplamanın müşterilerin verdiği bilgilere göre yapılması dolayısıyla bilgi edinmenin maliyetinin az olmasıdır.

Yöntemde müşterilerin durumlarına ilişkin çeşitli faktörler değişken olarak kabul edilerek, her bir değişkene ait puan belirlenmektedir. Öte yandan puanların genel durum içinde değişkenin etkisine göre ağırlığı tespit edilmektedir. Her bir değişkenin puan değeri ile ağırlığı çarpılarak tartı ağırlığı bulunmaktadır. Tartı ağırlığı değerleri toplandığında elde edilen sonuç müşterinin toplam kredi puanıdır. Belirlenen müşteri puanı, daha önceden tespit edilmiş kriterlerle karşılaştırılarak, müşterinin talebinin kabul veya ret kararı verilecektir.

Çeşitli değişkenler ele alınarak hazırlanmış kredi puanlama tablosu tablo 18'de gösterilmiştir. Buna göre firmanın;

- a) 60 puanın altında kalan müşterilerin reddedilmesini,
- b) 60 - 80 puan arasında kalan müşteriler için ilave araştırmalar yapılmasını,
- c) 80 üzerinde puana sahip olanların kabul edilmesini,

kararlaştırdığının kabul edilmesi halinde, tablo 18'de görülen 104,1 puanlık müşterinin talebinin kabul edilmesi yerinde olacaktır.

**Tablo: 18**  
**Müşteri Kredi Puan Tablosu**

Değişkenler	Ölçüsü	Değeri	Ağırlığı	Tartı Ağırlığı
Müşterinin yaşı	—	36	0,4	14,4
Medeni hali	Evli (1) yada bekar (0)	1	20,0	20,0
Mesleği	Çeşitli meslekler için belirlenecek 1'den 5'e kadar farklı meslek grupları	4	4,3	17,2
En son işinde çalıştığı süre	Yıl olarak	6	0,9	5,4
Yıllık geliri	Bir yıldaki kazancının toplamı (milyon TL)	22,5	0,6	13,5
Oturduğu semt yada bölge	Farklı bölgelere göre 1'den 5'e kadar değer	3	4,6	13,8
Evinin kendisine ait yada kira olduğu	Kaç yıldır ev sahibi olduğu	4	1,2	4,8
Telefonunun olup olmadığı	Evet (1) yada hayır (0)	1	15,0	15,0
Toplam Kredi Puanı				104,1

Kaynak: AKSOY, 1993, s.259

Müşterinin kredi talebi ile ilgili kararlar verilirken kullanılan yöntemlerden bir tanesi de çoklu diskriminant analizidir. Çoklu diskriminant analizi; analiz kapsamına giren bir örneğin, kendi özelliklerine bağlı olarak farklı gruplardan hangisinin içinde yer aldığını belirlemede kullanılan bir istatistiksel metottur (AYDIN, 1988, s.2).

Kredi taleplerinin yanlış değerlendirilmesi gerek firma, gerekse ekonomik çevresi açısından olumsuz sonuçlar doğuracaktır. Örneğin; finansal güçlüğü düşme riski taşıyan bir müşteriye kredi açılması yada finansal güçlüğü düşme riski bulunmayan bir müşterinin kredi talebinin reddedilmesi halinde; birinci durumda firmanın şüpheli alacakları artacak, ikinci durumda ise firma fırsat maliyetine katlanacaktır. Uygulamada bu iki hatalı karardan



kaçınabilmek için, gerek vadeli satış ile kredi kullandıran firmalar, gerekse banka ve diğer kredi veren kişi/kurumlar çoklu diskriminant analizinden yararlanabilirler.

Çoklu diskriminant analizi, sağladığı bu imkana karşın diğer kredi değerlendirme modellerini gereksiz ve yetersiz kılacak mükemmellikte değildir. Çünkü, istenen kredinin hangi amaçla kullanılacağı, vadesi, gösterilen güvencenin değer ve niteliği, müşterinin firma ile daha önceki ilişkileri ve firmanın yapısal özellikleri gibi değişkenler çoklu diskriminant analizinin parametreleri arasında yer almadığından, firma çoklu diskriminant analizinin ötesinde başka analizlere gereksinim duyar (AKTAŞ, 1993, s.16- 17).

Doğrusal bir çoklu diskriminant fonksiyonu aşağıdaki gibi ifade edilebilir (AKTAŞ, 1993, s.33):

$$Z_i = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \beta_3 X_{i3} + \dots + \beta_m X_{im} \text{ veya } Z_i = \beta_0 + \sum \beta_j X_{ij}$$

Burada;

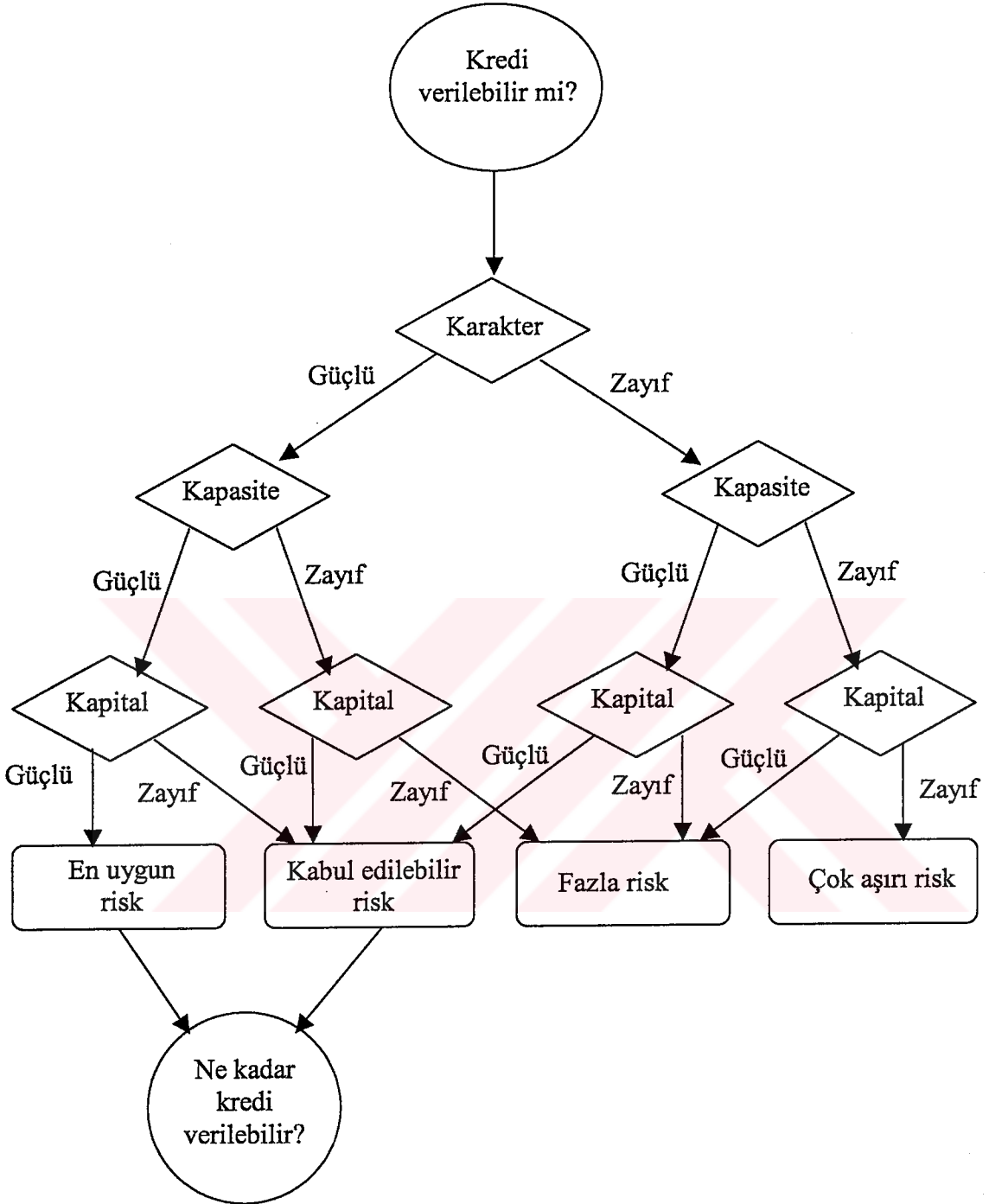
$Z_i$  : Diskriminant değerini,

$\beta_j$  : Diskriminant katsayılarını,

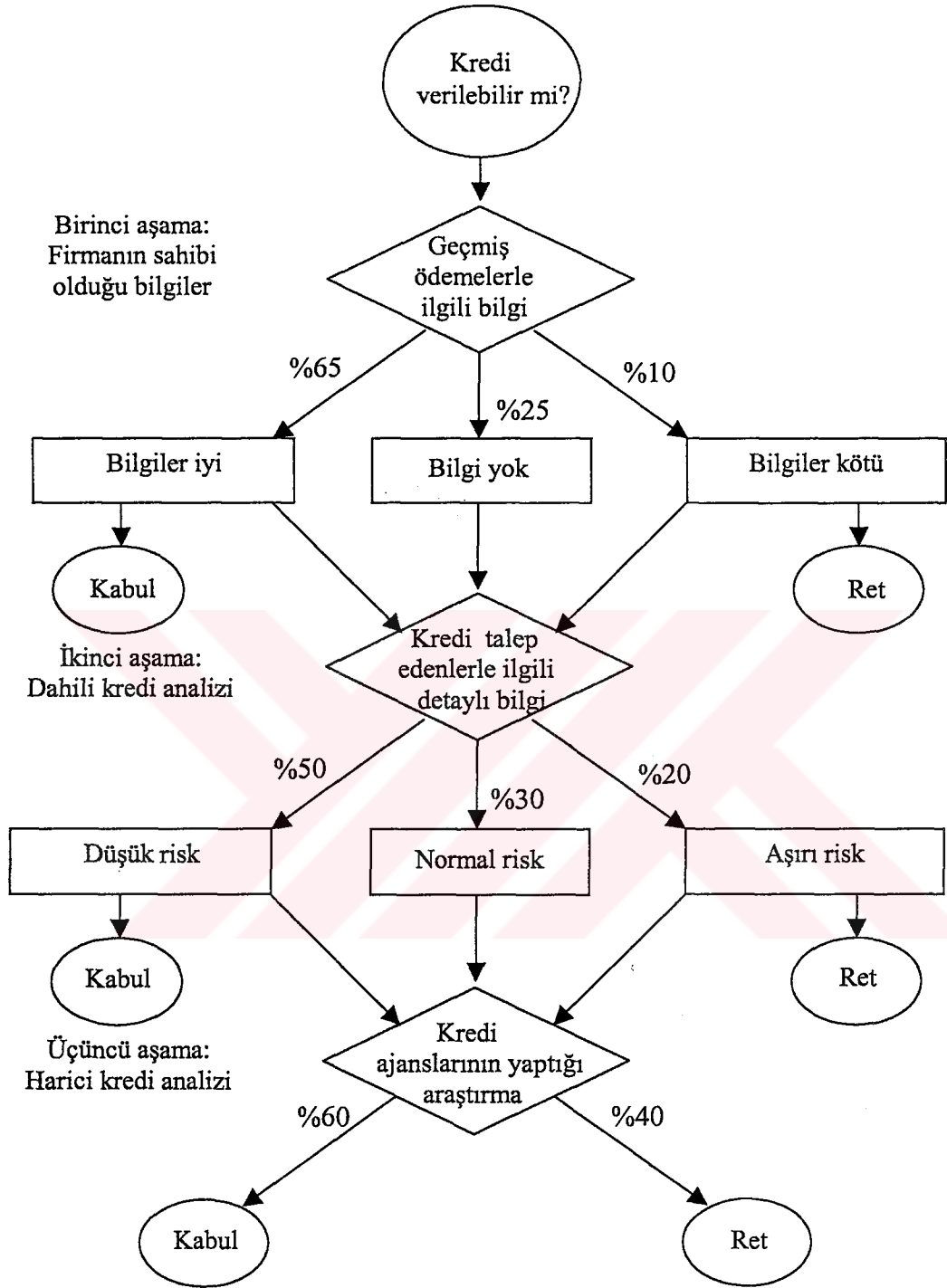
$X_{ij}$  : Bağımsız değişken olarak mali oranları ifade etmektedir.

Z değerinin yüksek çıkması durumunda, müşterilerin başvurularının değerlendirilmesine ilişkin araştırmalara daha az zaman harcanırken, Z değeri düşük çıkan müşterilerin durumları dikkatlice incelenir.

Çoklu diskriminant analizini kullanarak işletmelerin mali başarısızlığının tahmin edilmesini sağlayan Z puanı modeli, kredi değerlendirilmesinde faydalanılan bir modeldir. Çalışmanın uygulama konusunu teşkil ettiğinden Z puanı modeli 3. Bölümde açıklanacaktır.



**Şekil : 5**  
**Geleneksel Kredi Analizi**



**Şekil : 6**  
**Aşamalı Kredi Analizi**

### 223. Kredi Limitin Belirlenmesi

Kredi talebinde bulunan müşterinin istenen risk grubunda yer alması sonucu kredili satış kararı verilir. Satış kararının verilmesi ardından belirlenmiş olan kredi politikasına uygun krediler açılacaktır. Kredi politikasına uygun kredili satış yapılırken belirlenen kredi limitlerine riayet etmek gerekmektedir. Ticari kredi limiti bir müşteriye tanınacak en yüksek borçlanabileceği tutarı veya en fazla sipariş miktarını gösteren bir kredi politika aracıdır. Bir satıcı böyle bir limiti her müşterisine veya herhangi bir müşterisine uygulayabilir. Alacakları veya sipariş miktarı kredi limitlerini aştığında, bu durum satıcının tedbir alması için bir sinyaldir (SCHERR, 1996, s.71). Kredi limiti firmanın katlanacağı maksimum risk derecesini gösterir.

İşletmeler ekonomik dalgalanmanın fazla olmadığı ortamda ödeme alışkanlıklarında ve ödeme kabiliyetinde maddi bir değişiklik olmasını olanaksız olarak kabul ettiği müşterilerine kredi limiti saptamak istemeyebilirler. Fakat kredi limiti, kredi konusunun özünde olup kredi yönetimi ve kontrolü için zorunlu bir faktördür. Çünkü, işletme dinamik bir unsurdur. Yüksek bir kredi limiti tanınan müşterinin mali durumu kısa bir süre içinde tam tersi olabilir (ERKAN, 1990, s.87). Kredi limiti ile ilgili kararlar, müşterinin borçlarını ödeme yeteneğini ortaya koyan mali tabloların incelenmesi ve diğer analiz yöntemleri uygulanarak belirlenir. İleriki dönemler içinse mevcut tecrübelerden yararlanılabilir. Kredi limiti ile ilgili olarak verilecek karara işletmeler arasındaki rekabet de etki edecektir.

Kredi limiti uygulamasının avantajı; tahsil faaliyetlerine yardımcı olması ve bu sayede şüpheli alacak miktarının azalmasıdır. Ancak kredi limiti uygulaması için tutulan kayıtların ve harcanan zamanın maliyeti göz önüne alınmalıdır.

Müşteriye tanınacak kredi limiti iki grup faktörün etkisi altındadır. Bu faktörleri müşteriyle ilgili olanlar ve kredi verenle ilgili olanlar olarak sıralayabiliriz (NALÇACI, 1986, s.41). Müşteriyle ilgili olan faktörler;

a) *İş kolundaki şartlar*; kredi talep edenin iş kolundaki durum iyi ise satışlar ve dolayısıyla kâr yüksek olabilir, bu itibarla kredili satışların riski azalır.

b) *İş kolundaki risk*; iş kolunda hızlı moda değişiklikleri oluyorsa ve fiyat yükseliş veya azalışlarında belirsizlik var ise risk artar.

c) *İş kolundaki kâr yüzdesi*; satışlar üzerinden kâr marjı yüksek ise, riskin daha az olduğu, aksine kâr marjı düşük ise riskin arttığı kabul edilir.

d) *Müşterinin sermaye durumu*; müşterinin sermaye durumu yeterli, borç ödeme gücü yüksek ise kredi limitleri daha geniş saptanabilir.

e) *Müşterinin eski ve yeniliği*; yeni müşterilere yapılan satışlar daha riskli sayılır. Bu nedenle yeni müşterilere kredili satış kararı verilirken kredi limiti düşük saptılır.

f) *Müşterinin borç ödeme başarımı*; borç ödemelerinde yavaş ve gecikmeli olan müşterilere yapılan satışlar daha riskli sayılır.

g) *Kredi şartları*; kredi vadesi kısaldıkça kredi riskinin azalacağı, vade uzadıkça bu riskin artacağı düşünülür.

h) *Yöneticilerin durumu*; kredili satış yapılan firmanın yöneticileri deneyimli, başarılı ve dürüst kişiler ise riskin azalacağı, aksi hallerde riskin artacağı kabul edilir.

Genel olarak, riskin azaldığı durumlarda kredi limitleri geniş tutulur, çoğaldığı durumlarda ise kredi limitleri azaltılır.

Müşteriye tanınan kredi limitini etkileyen kredili satış yapan firmayla ilgili olan faktörler ise aşağıdaki gibi sıralanabilir.

a) *İşletmenin büyüklüğü*; büyük bir işletmenin yükleneceği bir risk, küçük bir işletme için riskli olabilir. Bu nedenle büyük işletmelerin müşterilerine tanıyabileceği kredi limiti küçük işletmelere oranla daha fazla olacaktır.

b) *İşletmenin pazarlama politikası*; kredi veren işletmenin, ürettiği mal ve hizmetleri geniş bir bölgeye dağıtmak, belli bir satış hacmine ulaşmak amacını taşıyan bir pazarlama politikası belirlemesi durumunda tayin edeceği kredi limitini genişletmesi uygun olacaktır.

c) *Rakiplerin uygulamaları*; kredili satış yapan işletmenin rakiplerinin daha gevşek ve daha yumuşak kredi standartları uygulaması durumunda, bu işletmenin de kredi limitlerini geniş tutması gerekebilir.

d) *Risk dağıtma prensibi*; kredili satışların az sayıda müşteriye yapılmış olması durumunda, bu müşterilerin bir kaçının ödemede güçlüğü düşmesi firmayı da zor durumda

birakacaktır. O nedenle firmalar, kredilerini çok kişiye dağıtmak suretiyle riski azaltma politikası izleyebilir.

e) *Firmanın mali olanakları, kaynak maliyeti*; kaynakları dar olan bir firmalar müşterilerine, kısıtlı kredi limiti uygulayacaklardır. Ayrıca kaynak maliyetleri yükseldikçe, firmalar kredi limitlerini dar tutmaya çalışacaklardır.

Firmalar, müşterilerine tanıyacakları kredi limitleri için bazı niceliksel ölçüler kullanabilirler. Örneğin (AKGÜÇ, 1998, s.271);

- a) Müşterilerin borç tutarının, firmanın tüm ticari alacaklarının belirli bir yüzdesini aşmaması,
- b) Tanınacak kredi limitini müşterinin özsermayesinin belirli bir yüzdesiyle sınırlama,
- c) Kredi limitini müşterinin net işletme sermayesine göre belirleme gibi...

### 23. Alacakların İzlenmesi

Yürütülen kredili satış politikasının etkinliğinden bahsedebilmek için müşterilere yapılan kredili satışın takip altına alınması, kısacası kontrolü gerekmektedir. Alacak tutarı, nakde dönüş hızındaki değişimler kredi yöneticisine kredi politikasının gidişatı konusunda ışık tutacaktır. Alacak hesaplarının sıkı takibiyle, daha önce ödemede geciken müşterilere bir dahaki sefere daha sıkı politika ile satış yapılmasının gerekliliği yada tahsil edilmemiş hesapların tahsil sürecine alınması gibi konularda kontrolün elde tutulması sağlanacaktır. Alacak hesaplarının kontrol altına alınmasında kullanılan çeşitli yöntemler vardır.

### 230. Finansal Oranlar

Alacak hesabının izlenmesi ve etkinliğin ölçümü için kullanılan finansal oranlardan bir tanesi *alacakların devir hızı*dır. Günümüzde işletme yöneticileri ve kredilerden sorumlu olan kişiler, alacakların nakde dönüşüm süresiyle çok yakından ilgilenmek zorundadırlar. Gerek işletmelerin boyutlarının büyümesi nedeniyle çalışma sermayesi ihtiyacının artması ve gerekse işletmelerin sınırlı fonlarla faaliyette bulunmak zorunda kalmaları, bu ilginin derecesini önemli ölçüde etkilemektedir (ARIKAN II, 1974, s.40).

Firmanın ticari alacaklarının tahsil hızını ortaya koyan bu oran aşağıdaki gibi hesaplanır.

$$ADH = \frac{\text{Kredili Net Satışlar}}{\text{Ortalama Ticari Alacaklar}}$$

Firmanın kredili satış tutarının bilinmemesi durumunda oranın payına net satışlar yazılarak alacak devir hızı hesaplanabilir. Satışların mevsimlik dalgalanmalardan etkilenmesi durumunda kalıcı bir alacak değişimini yansıtmayacağı nedeniyle dönem başı ve dönem sonu alacak tutarının ortalaması alınarak işlem yapılır. Alacak devir hızının yüksek hesaplanması, alacakların kısa sürede tahsil edildiğini ortaya koyar. Alacak devir hızının 8 olarak hesaplandığını varsayarsak bu sonuç firmanın alacaklarının yılda 8 defa tahsil edildiğini göstermektedir.

Alacakların izlenmesinde kullanılan bir diğer oran da, belirli bir andaki ticari alacakların günlük kredili satışlara oranını ifade eden, *alacakların ortalama tahsil süresi* yada alacakların ortalama bağlı kaldığı gün sayısıdır (DAĞLI, 2001, s.207).

$$AOTS = \frac{\text{Ticari Alacaklar}}{\text{Günlük Kredili Satışlar}}$$

Günlük kredili satışlar, belli bir dönemde gerçekleştirilen kredili satışların o dönemdeki gün sayısına oranıdır. Örneğin, bir yıllık dönem ele alındığında;

$$GKS = \frac{\text{Kredili Satışlar}}{365}$$

Alacakların ortalama tahsil süresi, ticari alacaklarının ortalama kaç günde tahsil edildiğini gösterdiğinden bu oranın düşük çıkması alacakların etkin bir şekilde yönetildiğinin göstergesidir. Alacakların ortalama tahsil süresinin hesaplanması, firmanın tahsilat politikasının etkinliğinin ölçülmesine de yardımcı olur. Firmanın müşterilerine tanınan vadenin, ortalama tahsil süresine eşit olması tahsilat politikasının etkin yönetildiğinin ispatıdır. Uygulanan politikadaki ödeme şartları ile ortalama tahsil süresi

arasında fark da meydana gelebilmektedir. Önemli olan farkın büyüklüğü değil, şirketin rakiplerinin bu iki rakam arasındaki farklılığının şirketindekinden küçük olması ve işletmenin bu farkı finanse edip etmeyeceğidir (NALÇACI, 1986, s.46).

Konuyu örnekle açıklarsak, kredi koşullarını 10/45, net 60 şeklinde belirlemiş olan firmanın, 2002 yılı toplam kredili satışları 2555 YTL, 2002 yılı sonu toplam ticari alacakları 420 YTL'dir.

$$GKS = \frac{2555}{365} = 7 \quad AOTS = \frac{420}{7} = 60$$

Ortalama tahsil süresi ile firmanın uyguladığı satış politikasının birbiriyle tam örtüşmesi (60 gün), alacakların etkin biçimde tahsil edildiği anlamına gelir.

### 231. Alacakların Yaş Çizelgesi

Ticari alacak hesabının etkin yönetilip yönetilmediğinin tespitinde kullanılan alacakların yaş çizelgesi, ticari alacakların portföyde kalış süreleri açısından gruplandırılması ve her grubun portföy toplamı içindeki payının gösterilmesidir. Alacak grupları, firmanın faaliyet konusu ve kredili satış koşulları dikkate alınarak yönetim tarafından serbestçe tayin edilebilir (DAĞLI, 2001, s.209). Firmaların, ödemelerinde titiz davranan ya da aksine geç ödemede bulunan müşterileri iyi takip ederek, tekrar kredi verilmesi hususunda karara varabilmek için alacakların yaş çizelgesinden yararlanırlar. Tablo 19'da alacaklarının ortalama tahsil süresi 30 gün olan bir firmanın alacaklarının yaş çizelgesi örneği yer almaktadır.

Bu firmanın tahsilat politikasının etkin olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü müşterilerine 30 günlük vade tanıyan bu işletmenin alacaklarının %75,8'lik büyük kısmı kısa sürede tahsil edilmiştir. En geç tahsil edilen alacak grubu ise sadece %2,2 düzeyinde kalmıştır. Örnek firmanın kısa sürede ödenen alacaklarının hesap sayısı ile tutarının ikisi de diğer gruplara göre daha fazladır. Ancak ikisinin arasında büyük bir farklılık gözlenmesi durumunda alacak tutarını esas almak daha doğru sonuçlar çıkarmayı sağlayacaktır.



**Tablo : 19**  
**Alacak Yaş Çizelgesi Örneği**

Alacakların Portföyde Bağlı Kaldığı Gün Sayısı	Alacak			
	Hesabı Sayısı	%	Tutarı (YTL)	%
1 – 30	450	73,2	500	75,8
31 – 60	75	12,2	60	9,1
61 – 90	60	9,8	50	7,6
91 – 120	20	3,2	35	5,3
121 +	10	1,6	10	2,2
<b>Toplam</b>	<b>615</b>	<b>100,0</b>	<b>660</b>	<b>100,0</b>

Görülüyor ki alacak yaş çizelgesi, müşterilerin kredi şartlarına uyma derecelerini göstermektedir. Firmanın alacaklarının yer aldığı yaş çizelgesinin yanı sıra, her müşteriyle ilgili ödeme kayıtları da tutulabilir. Bu sayede mevcut her bir müşterinin firmaya olan borçlarını ödeme de sergilediği tavır hakkında bilgi sahibi olmak mümkündür.

Satışlardaki artış periyodunda toplam alacak hesabında bir düzen artışı, ödeme profilinde istikrar görülür. Ancak satışların düştüğü periyotta ise ödeme profilinde diğer bir ifade ile alacak tahsilatında zayıflık görülür. Satışlarda bu hızlı değişimin yaşanması, firmada yanlış sinyaller serisinin oluşumu ile sonuçlanacaktır (LEWELLEN-JOHNSON, 1972, s.104). Alacak yaş çizelgesi bu gibi durumlarda yanıltıcı sonuçlar verebilmektedir.

### 232. Şüpheli Alacakların Belirlenmesi

Kredi yöneticisi alacaklarla ilgili maliyetleri düşürmek, kredi taleplerinin kabul yada ret kararında kâr ve maliyet analizi yapabilmek, çeşitli kredi ve tahsilat politikalarını karşılaştırarak alternatifler arasından seçim yapabilmek için, şüpheli alacaklarla da yakından ilgilenmelidir. Ayrıca bilançonun gerçeğe en yakın şekilde düzenlenebilmesi, anlamlı analizlerin ve karşılaştırmaların yapılabilmesi açısından da önemlidir (ARIKAN II, 1974, s.41).

Firmalar için ideal olan bütün alacakların tahsil edilmesidir. Ancak uygulamada işletmelerin çoğu kredi açılması ve fatura düzenlenmesinde titiz davrandıkları halde bile, müşterilerden alacaklarının %100'ünü tahsil edemezler. Bu nedenle dönem sonları itibariyle, alacaklarda tahsil edilemeyecekler kısımlar için gerekli ayarlama kayıtlarının yapılması gerekir. Alacakların izlenmesi yoluyla şüpheli alacaklar ile tahsili imkansız hale gelen alacaklar bir an önce belirlenerek, bu sayede takip altına alınan alacakların tahsili kısmen de olsa mümkün hale getirilebilir. Gelecek dönemlere yönelik olarak alacaklara ait kararların verilmesinde önemli katkı sağlayacak olan şüpheli alacakların tahmini için bazı yöntemlerden yararlanılabilir (NALÇACI, 1986, ss.95-105).

### **2320. Şüpheli Alacakların Tahmininde Kullanılan Klasik Yöntemler**

Şüpheli alacakların tahmini ile, tahsili imkansız hale gelen alacaklar belirlenmeli ve alacaklara ilişkin yerinde kararların verilmesi sağlanmalıdır. Şüpheli alacakların tahmininde kullanılan klasik yöntemleri, alacak hesaplarının tek tek ve genel değerlendirilmesi olmak üzere iki ana başlık altında toplayabiliriz.

#### **23200. Alacak Hesaplarının Tek Tek Değerlendirilmesi**

İşletmenin alacak hesapları her dönem sonunda ayrı ayrı incelemeye tabi tutulur. Tahsil olanağının incelenmesi sırasında şu hususlar gözönünde tutulabilir (AKGÜÇ, 1995, s.48):

- a) Hesabın yürürlükte bulunduğu sürenin uzunluğu
- b) Borçlunun mali durumu
- c) Borçlunun yükümlülüklerini yerine getirmek konusundaki titizliği ve geçmişteki davranışları
- d) Borçlunun kredi durumu hakkında elde edilen bilgiler

Müşterinin geçmiş davranışları, kredi durumu ve mali durum gibi hususlar dikkate alınarak yapılan inceleme sonunda tahsil edilemeyeceği tahmin edilen alacaklar toplanarak, o hesap döneminin şüpheli alacakları için ayrılması gereken karşılık miktarı bulunur. Bu usul, alacak hesapları sayısının az, hesap bakiyesinin yüksek olduğu işletmeler için uygundur.

### 23201. Alacak Hesaplarının Genel Değerlemesi

Çok sayıda müşteriyle küçük miktarda kredi ilişkisine girmiş işletmeler için alacakların teker teker değerlemesi mümkün olmayacaktır. Bu durumda cari yıl rakamlarına uygulanabilecek, geçmiş tecrübelerle dayalı genel bir oran belirleme çalışmalarıyla, tahsil edilemeyen alacaklardan doğan zararlar önceden tahmin edilebilir.

#### 232010. Satışları Esas Alan Yöntemler

Şüpheli alacaklar için geçmiş dönemlere ait satış verileri yardımıyla bir oran belirlenmesi esasına dayanır. Belirlenen oran, cari yıl satışlarına uygulanarak ayrılacak karşılık belirlenir.

#### 2320100. Net Satışların Bir Yüzdesi Yöntemi

Geçmiş yıllara ait gerçekleşmiş şüpheli alacak miktarının ortalamasının, yine aynı yıllara ilişkin net satış miktarları ortalamasına oranlanmasıyla bulunan sonuç, karşılık ayırmada dikkate alınacaktır. Yöntemin eleştirilen yönü ise; peşin ve kredili tüm satışların toplamı üzerinden karşılık ayrılmasıdır. Çünkü peşin satışlar üzerinden karşılık ayırmaya ihtiyaç yoktur. Ancak peşin satışları, satışlar içinde az yer kaplayan işletmelerde uygulanması sakınca meydana getirmez.

$$\text{Şüpheli Alacak Oranı} = \frac{\text{Geçmiş yıllara ait şüpheli alacak ortalaması}}{\text{Aynı yıllara ait net satış ortalaması}}$$

$$\text{Ayrılması gereken karşılık} = \text{Cari yıl net satışları} \times \text{Şüpheli alacak oranı}$$

#### 2320101. Net Kredili Satışların Bir Yüzdesi Yöntemi

Bu yöntemde net satışlar yerine net kredili satışlar esas alınır. Şüpheli alacakların doğmasına kredili satışlar neden olur. Bu nedenle, teorik olarak yalnız kredili satışlar karşılığın hesaplanmasında kullanılmalıdır.

$$\text{Şüpheli Alacak Oranı} = \frac{\text{Geçmiş yıllara ait şüpheli alacak ortalaması}}{\text{Aynı yıllara ait net kredili satış ortalaması}}$$

Ayrılması gereken karşılık = Cari yıl net kredili satışları x Şüpheli alacak oranı

### 232011. Alacak Kalanını Esas Alan Yöntemler

Bu yöntemler geçmiş dönemlere ait alacaklar hesabı bakiyeleri yardımıyla şüpheli alacaklar için bir oran belirlenmesi esasına dayanır. Belirlenen oranlar, cari yıl alacak bakiyesine uygulanarak bulunan oran, mevcut karşılık miktarıyla karşılaştırılır.

#### 2320110. Alacakların Bir Yüzdesi Yöntemi

Geçmiş dönemlere ilişkin gerçekleşmiş şüpheli alacak zararları ortalaması, aynı dönemlere ait alacaklar hesabı bakiyeleri ortalamasına oranlanarak bulunan sonuç, cari yıl alacaklar hesabı bakiyesine uygulanır. Bulunan tutar, mevcut karşılık miktarıyla karşılaştırılır. Mevcut karşılık hesabındaki bakiye, bulunan karşılıktan az ise karşılık hesabındaki bakiyeye yeteri kadar ilave yapılır. Ancak mevcut bakiye, arzulanan karşılık bakiyesinden fazla ise fazlalığı iptal etmek gerekir.

$$\text{Şüpheli Alacak Oranı} = \frac{\text{Geçmiş yıllara ait şüpheli alacak ortalaması}}{\text{Aynı yıllara ait alacak bakiyesi ortalaması}}$$

Karşılık hesabında görülmesi istenen tutar = Şüpheli alacak oranı x Cari yıl alacak bakiyesi

#### 2320111. Alacakların Bir Yüzdesine Göre Karşılık Artırımı Yöntemi

Bu yöntemde de, alacakların bir yüzdesi yönteminde olduğu gibi, alacak bakiyelerine göre bir zarar oranı belirlenir. Bu oran, önce şüpheli alacaklarda istenen bakiyeye ulaşmak için cari yıl alacaklar bakiyesine uygulanır ve karşılık bu tutar kadar artırılır. Alacakların bir yüzdesi yönteminden farklı olarak mevcut karşılık dikkate alınmaz. Hesaplanan tutar üzerinden aynen yeni karşılık ayırımına gidilir.

$$\text{Şüpheli Alacak Oranı} = \frac{\text{Geçmiş yıllara ait şüpheli alacak ortalaması}}{\text{Aynı yıllara ait alacak bakiyesi ortalaması}}$$

Ayrılması gereken karşılık = Şüpheli alacak oranı x Cari yıl alacak bakiyesi

### **232012. Alacakların Yaşlanma Durumlarını Esas Alan Yöntemler**

Şüpheli alacakların tahmininde uygulanan diğer yöntemler alacakların yaşlanma durumlarını dikkate alırlar. Bu yöntemlerin uygulanabilmesi için alacak hesaplarının önce yaşlandırılmış olması gerekir.

#### **2320120. Alacakların Yaşlandırılması**

Alacakları yaşlandırma, alacaklar hesabı bakiyesinin, vadesi dolmuş veya dolmamış hesaplar olarak ele alınması, şeklinde yapılmaktadır. Alacakların yaşlandırılmasında “toplam bakiye” ve “kısmi bakiye” olmak üzere iki yöntem bulunmaktadır.

Toplam bakiye yönteminde, müşterinin toplam bakiyesi, müşterinin ödenmemiş en eski senedinin yaş kategorisinde sınıflandırılır. Vadesi henüz dolmamış yada vadesini az süre geçmiş alacaklar, vadesini çok geçmiş alacaklarla aynı yaş kategorisinde toplanmış olacaktır.

Kısmi bakiye yönteminde, müşterinin değişik vadelerdeki senetleri ayrı yaş gruplarına ayrılacağından, müşteri hesabında yer alan toplam tutar birden fazla yaş kategorisinde gösterilmektedir. Hesabın, değişik yaş gruplarına ayrılmış olması kısmi bakiye yöntemini toplam bakiye yöntemine göre daha gerçekçi hale getirmiştir. Toplam bakiye yönteminde ise, bir müşteri hesabının tahsil kabiliyetinin, hesapta bedelleri görülen faturaların tarihine değil, müşterinin karakterine ve mali durumuna bağlı olması, üstün bir özellik olacaktır (NALÇACI, 1986, s.103).

Her iki yöntem kullanılarak gerçekleştirilen alacakların yaşlandırılması oldukça zaman alıcı, ayrıca çok sayıda müşterinin bulunduğu durumlarda pahalı olabilir. Böyle durumlarda istatistik örnekleme tekniklerinin kullanılması daha doğru olacaktır.

### **2320121. Yaşlandırılmış Hesap Bakiyelerine Göre Karşılık Ayrımı**

Bu yöntem alacakların bir yüzdesi yöntemine benzer. Fakat bu yöntem toplam alacaklar bakiyesini değil, sadece yaşlanmış hesapların bakiyesini esas alır. Her bir yaş grubu için geçmiş yıllara ilişkin gerçekleşmiş şüpheli alacak ortalaması, aynı yıllara ait ve o grupta yer alan alacak bakiyesi ortalamasına bölünerek şüpheli alacak oranı bulunur. Vadesini az süreli geçmiş alacakların yaş grubunda bu oran düşük hesaplanır. Çünkü alacağın tahsili ne kadar geçmiş ise, tahsil olasılığı da o oran da zayıflar. Her bir sınıfa kendileri için belirlenen yüzdelerin uygulanmasıyla elde edilen tutarların toplamı, karşılık hesabında görülmesi istenen tutarı ifade eder. Bu tutar mevcut karşılıktan fazla ise, eksik kısmı için ilave karşılık ayrılır, aksi halde mevcut karşılığın bu tutardan fazla olması halinde fazlalığın iptali gerekir.

### **2321. Şüpheli Alacakların Markov Zincirleri İle Tahmini**

Markov zincirleri analizi, alacaklar hesabının analizinde, özellikle de alacaklar hesabının tahsil edilemeyecek kısmının tahmin edilmesinde başarıyla uygulanabilmektedir. Markov zincirleri “bilinen mevcut olasılıkların analizini yaparak, gelecekte oluşacak olasılıkları belirleme işine yarayan bir teknik” olarak tanımlanabilir (ÖNAL, 1998, s.56).

Markov zincirlerinin alacak yönetiminde uygulanması durumunda öncelikle alacakların süreleri tespit edilir ve bunlar hakkında çeşitli olasılık hesapları yapılır. Olasılıklar bir matriste toplanarak markov zincirleri ile belirsiz bazı sorulara yanıtlar aranmaya çalışılır. Firmalar alacaklarını, müşteriye tanınan süreler içerisinde tahsil edileceği durumuna göre sınıflandırır. Ancak gerçekte tahsilatın zamanında yapılacağı belirsizliği nedeniyle, alacakların tahsil edilebilme olasılıkları da hesaplanmalıdır.

## **24. Kredi Politikasının Değiştirilmesi**

İşletmeler, dinamik bir çevrede yer almaları nedeniyle kendilerini sürekli koşullara uydurmak durumundadırlar. Değişimlere ayak uydurmak için işletmenin bütün karar mekanizmalarında bir gözden geçirme yoluna gidilmelidir. İşletme çevresini oluşturan

unsurlardan biri olan müşterinin de değişik taleplerde bulunması, işletmelerin kredi ve tahsilat politikasını tekrar ele almasına neden olabilmektedir.

Firmaya sağlanacak katkının en üst düzeyde tutulabilmesi için politika değişikliğinde fayda-maliyet analizi dikkatlice yapılmalıdır. Daha önce ifade edilen fırsat maliyeti, alacakların yönetimi ve tahsilatı ile ilgili maliyetler, müşteriler tarafından ödenmeyen alacakların neden olduğu batık kredi maliyeti gibi kredi açmanın maliyet unsurları ile, satışlar ve dolayısıyla kârlardaki artışla sağlanan kredi açmanın faydası arasında bir denge kurulmalıdır.

Kredi açmanın faydası nakit girişi, maliyeti ise nakit çıkışı kavramlarıyla ifade edildiğinde, kredi ve tahsilat politikasındaki değişimin, nakit giriş ve çıkışı üzerindeki etkisini kesin olarak ölçmek mümkün değildir. Örneğin, kredili satış politikasının yumuşatılması daha fazla müşteriye daha fazla satış yapılmasını sağlayacak bu da nakit girişlerini artıracaktır. Satışlardaki artış ise birtakım maliyetleri beraberinde getirerek nakit çıkışlarını artıracaktır. Ancak ne nakit girişlerindeki artışın ne de katlanılan maliyet tutarının kesin olarak bilinmesi mümkün değildir. Kredi ve tahsilat politikasının oluşturulması ve değiştirilmesinin nakit giriş ve çıkışları üzerinde meydana getireceği etkinin tahmininde, firma esas itibarıyla iki yol takip edebilir (DAĞLI, 2001, s.202).

- a) Geçmiş tecrübelerden yararlanmak (daha önceki değişiklikler sonucu ortaya çıkan tabloya bakmak)
- b) Aynı sektörde faaliyette bulunan diğer firmaların tecrübelerinden yararlanmak

Firma mevcut kredi politikasını gözden geçirerek ve gerek müşterilerden gelen talepler doğrultusunda gerekse kendi gereksinimiyle, ortaya çıkan alternatif politikalar üzerinde kâr-maliyet analizi yaparak en uygun politikayı seçmelidir. Politika değişikliğinin firma açısından avantajlı olup olmadığının belirlenmesi ve gerekli kararın verilmesi konusunu bir örnek yardımıyla inceleyelim.

Bilgisayar yedek parçası üreten firmanın mevcut kredi koşulları 2/10, net 30'dur. Mevcut koşullarda yıllık kredili satışların 328.500 YTL olacağı tahmin edilmektedir. Müşterilerin ortalama %55'i 10. günde, %30'u 40. günde, %15'i ise 50. günde ödemedi

bulunmaktadır. Firmanın tahsilat giderleri 8000 YTL'dir. Kredili satışların %6'sı batık alacağı dönüşmüş ve tahsil olanağı bulunmamaktadır. Yedek parçaların firma için değişir gider oranı %60, firmanın fonlarının fırsat maliyeti %80'dir. Firma, kredi politikasını daha yumuşak hale getirmek düşüncesi içinde, yeni kredi koşullarını 5/15, net 45 olarak belirleyecektir. Yeni kredi politikasının belirlenmesi kredili satışları 438.000 YTL'ye çıkacaktır. Yeni politika sonucu %60 oranında müşterinin nakit iskontosundan yararlanacağı, %15'inin 45 günde ödeme yapacağı, %25'inin ise 55 günde ödemede bulunacağı tahmin edilmektedir. Yeni durumda 4000 YTL tahsilat giderlerine katlanacak olan firmanın, satışlarının %8'inin batık alacak durumuna geleceği tahmin edilmektedir. Bu duruma göre firmanın politika değişiklik önerisini değerlendiriniz.

Değişir gider oranı = 1 – katkı oranı

Katkı oranı; mal yada hizmetin birim satış fiyatı ile birim değişir gideri arasındaki farkın, birim satış fiyatına oranıdır.)

*Politika değişikliğinin sağladığı faydanın hesaplanması;*

$$\begin{aligned} \text{Satışlardaki değişme} &= \text{Yeni politikanın uygulanması sonucu satışlar} - \text{Mevcut politikanın} \\ &\quad \text{uygulanması durumunda satışlar} \\ &= 438.000 - 328.500 = 109.500 \text{ YTL} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Politika değişikliğinin faydası} &= \text{Satışlardaki değişme} \times \text{Katkı oranı} \\ &= 109.500 \times 0,40 = 43.800 \text{ YTL} \end{aligned}$$

*Mevcut durumda alacakların maliyetinin hesaplanması;*

$$\begin{aligned} \text{Bulundurma maliyeti} &= \text{Ticari alacaklar} \times \text{Değişir gider oranı} \times \text{Fırsat maliyeti} \\ \text{Ticari alacaklar} &= \text{Alacakların ortalama tahsil süresi} \times \text{Günlük kredili satışlar} \\ \text{Günlük kredili satışlar} &= \frac{\text{Yıllık kredili satışlar}}{365} = \frac{328.500}{365} = 900 \text{ YTL} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Alacakların ortalama tahsil süresi} &= 0,55 \times 10 + 0,30 \times 40 + 0,15 \times 50 = 25 \text{ gün} \\ \text{Ticari alacaklar} &= 25 \times 900 = 22.500 \text{ YTL} \end{aligned}$$



$$\text{Bulundurma maliyeti} = 22.500 \times 0,60 \times 0,80 = 10.800 \text{ YTL}$$

$$\begin{aligned} \text{Nakit iskontosusu maliyeti} &= \text{İskonto oranı} \times \text{Kredili satışlar} \times \text{Yararlanma Oranı} \\ &= 0,02 \times 328.500 \times 0,55 = 3613,5 \text{ YTL} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Batık kredi maliyeti} &= \text{Kredili satışlar} \times \text{Batık kredi oranı} \\ &= 328.500 \times 0,06 = 19.710 \text{ YTL} \end{aligned}$$

$$\text{Tahsilat giderleri} = 8.000 \text{ YTL}$$

$$\begin{aligned} \text{Toplam maliyet} &= \text{Bulundurma maliyeti} + \text{Nakit iskontosusu maliyeti} + \text{Batık} \\ &\quad \text{alacak maliyeti} + \text{Tahsilat giderleri} \\ &= 10.800 + 3.613,5 + 19.710 + 8.000 = 42.123,5 \text{ YTL} \end{aligned}$$

*Politika değişikliği durumunda alacakların maliyetinin hesaplanması;*

$$\text{Günlük kredili satışlar} = \frac{438.000}{365} = 1200 \text{ YTL}$$

$$\text{Alacakların ortalama tahsil süresi} = 0,60 \times 15 + 0,15 \times 45 + 0,25 \times 55 = 29,5 \text{ gün}$$

$$\text{Ticari alacaklar} = 29,5 \times 1200 = 35.400 \text{ YTL}$$

$$\text{Bulundurma maliyeti} = 35.400 \times 0,60 \times 0,80 = 16.992 \text{ YTL}$$

$$\text{Nakit iskontosusu maliyeti} = 0,05 \times 438.000 \times 0,60 = 13.140 \text{ YTL}$$

$$\text{Batık alacak maliyeti} = 438.000 \times 0,08 = 35.040 \text{ YTL}$$

$$\text{Tahsilat giderleri} = 4.000 \text{ YTL}$$

$$\text{Toplam maliyet} = 16.992 + 13.140 + 35.040 + 4.000 = 69.172 \text{ YTL}$$

*Politika değişikliğinin maliyeti;*

Maliyette meydana gelen değişim = 69.172 – 42.123,5 = 27.048,5 YTL

Politika değişikliği, maliyetlerde 27.048,5 YTL'lik artışa neden olmuştur.

*Politika değişikliğinin net faydası;*

Politika değişikliğinin net faydası = Politika değişikliğinin faydası – Politika  
değişikliğinin maliyeti  
= 43. 800 – 27.048,5 = 16.751,5 YTL

Politika değişikliğinin sağladığı fayda, neden olduğu maliyetler toplamından büyük olduğu durumda, net fayda pozitif hesaplanır. Buna göre; politika değişikliği kabul edilir.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. Z PUANI MODELİ ve İMALAT SANAYİİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Z puanı modeli, bir firmanın finansal güçlüğe düşüp düşmeyeceğini tahmin etmek amacıyla geliştirilmiş sayısal bir modeldir. Bu model, firmanın finansal oranları ve çoklu diskriminant analizi olarak bilinen istatistiksel bir yöntemin karması olarak 1968 yılında E. Altman tarafından geliştirilmiştir (DAĞLI, 2001, s.196).

Edward I. Altman, 1946-1965 yılları arasında iflas durumuna düşen 33 işletme almış ve bu işletmelere eş 33 başarılı işletme seçmiştir. Eşleme kriteri olarak endüstri ve işletme büyüklüğü belirlenmiştir. 22 finansal oranla analize başlayan Altman, çoklu diskriminant analizi tekniğini kullanarak bu oranların tümünün ve değişik karışımlarının doğrusal bileşimini elde etmiş ve iflas eden işletmeler grubu ile iflas etmeyen işletmeler grubunu birbirinden en iyi ayıran bir diskriminant fonksiyonu elde etmiştir (MERİÇ, 1985, s.25). Altman tarafından geliştirilen bu model daha sonra çok büyük eleştirilere konu olmuştur. Modele getirilen bu eleştiriler aslında tahmin modelinin başarı seviyesinden çok, modelin oluşturulmasında kullanılan diskriminant analizine yönelik eleştirilerdir. Çoklu diskriminant analizi yönteminin temel varsayımlarının, söz konusu araştırmada test edilmemiş olması eleştirilerin temelini oluşturmaktadır. Ancak modele ilişkin daha sonra yapılan araştırmalarda geliştirilen bu tahmin modelinin “robust”, diğer bir ifade ile “kullanılan tekniğe ilişkin varsayımlardan bazılarının karşılanmamasına rağmen, kullanılması ile amaçlanan sonuçlara ulaşılan teknik” olduğu sonucuna varılmıştır (YILDIRAN, 1998, s.37).

Altman'ın Z modeli olarak adlandırdığı bu fonksiyon kullanıldığında, işletmeler iflas etmelerinden bir yıl önceki verilerle %95 oranında, iki yıl önceki veriler kullanıldığında ise %72 oranında doğru gruplara ayrılmışlardır. İflastan 3-4 ve 5 yıl öncesi için bu oran sırasıyla %48, %29 ve %36 olarak bulunmuştur. Bu veriler, modelin tahminleme gücünün,

iflasın 3 yıl öncesinden itibaren önemli ölçüde düştüğünü, iflasların iki yıl önceden başarılı bir şekilde tahmin edilebileceğini ortaya koymuştur (AKTAŞ, 1993, s.38).

Z puanı hesaplanmasında beş adet finansal oran kullanılmakta ve bu oranların her biri modelde belirlenmiş farklı bir katsayı ile çarpılmaktadır. X'ler aşağıda açıklanan bağımsız değişkenleri göstermekte olup katsayılar ise, model geliştirilirken işletmelerin başarı durumlarına nispi etkilerine göre diskriminant analizi yoluyla hesaplanmıştır (AYDIN, 1988, s.7). Z puanı modelinin formülasyonu ve kullanılan finansal oranlar aşağıda gösterilmiştir (DAĞLI, 2001, s.197)

$$Z = 1,2 X_1 + 1,4 X_2 + 3,3 X_3 + 0,6 X_4 + 0,999 X_5$$

Burada;

- X<sub>1</sub> : Net çalışma sermayesinin toplam aktiflere oranı,
- X<sub>2</sub> : Dağıtılmamış kârların (bütün yedeklerin) toplam aktiflere oranı,
- X<sub>3</sub> : Faiz ve vergi öncesi kârın (FVÖK) toplam aktiflere oranı,
- X<sub>4</sub> : Özsermayenin piyasa değerinin borçların defter değerine oranı,
- X<sub>5</sub> : Satışların toplam aktiflere oranı (aktif devir hızı)'dır

Altman bu modelde, firmaları finansal güçlüğe girme olasılıkları açısından tablo 20'deki gibi sınıflandırmaya tabi tutmuştur.

**Tablo : 20**

**Z Puanına Göre Finansal Güçlüğün Gerçekleşme Olasılıkları**

<i>Z Puanı</i>	<i>Finansal Güçlüğün Gerçekleşme Olasılığı</i>
1,80'den daha düşük	Çok yüksek
1,81 – 2,99 arası	Belli değil
3,00'dan daha yüksek	Çok düşük

Tahmin modelinde kullanılan mali oranlar yardımı ile işletmenin performansı ve gelecekteki başarısı hakkında fikir sahibi olmak mümkündür. Modelde rasyoların

kullanılması ile, işletme büyüklüğü, risk sınıfları ve endüstrinin etkileri kontrol altına alınmaktadır (HORRIGAN, 1983, s.684)

$X_1 = \text{Net Çalışma Sermayesinin Toplam Aktiflere Oranı}$ : Net işletme sermayesi olarak da bilinen net çalışma sermayesi, dönen varlıklar ile kısa vadeli borçların arasındaki farkın alınması ile bulunur. Bu yönüyle net çalışma sermayesi, dönen varlıkların uzun vadeli kaynaklarla (uzun vadeli borç ve özsermaye) finanse edilen kısmıdır. Net çalışma sermayesinin bir diğer bulunuş yöntemi ise sürekli sermaye (uzun vadeli borç+özsermaye) ile duran varlık arasındaki farkın alınmasıdır.

Çeşitli çıkar gruplarının amaçları doğrultusunda firmanın performansının ölçülmesi, finansal tabloların analizi ile mümkündür. Bu doğrultuda firmaya kısa vadeli borç veren kişi ve kuruluşların (bankalar ve satıcılar gibi) ilgilendikleri nokta, firmanın kısa vadeli borç ödeme gücünü ortaya koymak amacıyla hesaplanan, likidite oranlarıdır. Likidite oranları, borç verenlerin yanı sıra firma yönetimi açısından da üzerinde önemle durulan bir noktadır. Çünkü yöneticiler bu sayede ödeme güçlüğü içine düşüp düşmeyeceklerini ve böylece faaliyetlerinin devamlılığını ölçebilirler. Net çalışma sermayesinin toplam aktiflere oranlanması, likidite analizinde kullanılan oranlardan bir tanesidir. Toplam yatırımların ne kadarının net çalışma sermayesi yastığına gittiğini gösteren bu oranın yükselmesi firmanın likiditesinin arttığını gösterir (DAĞLI, 2001, s.39). Sürekli faaliyet zararı ile karşılaşan bir firmanın dönen varlıklarının toplam varlıklara oranı azalacaktır. Böylece güçlü müşteriler ile gücü azalmış olan müşterilerin likidite yapılarında bir farklılık göze çarpacaktır.

$X_2 = \text{Dağıtılmamış Kârların (bütün yedeklerin) Toplam Aktiflere Oranı}$ : Kâr yedekleri; net kârın, özsermaye yapısını sağlam tutmak, işletmenin devamlılığını, gelişmesini ve ortaklar ile alacaklıların haklarının korunmasını sağlamak, özsermayede faaliyet sonunda doğabilecek azalışları karşılamak amacıyla dağıtılmayarak işletmede alıkonulan kısmıdır. Sermaye yedekleri; çıkarılan hisse senetlerinin nominal değerlerinden daha yüksek değerle satılması (ihraç primleri), varlıkların yeniden değerlendirilmesi (yeniden değerlendirme artışları) gibi nedenlerle meydana gelebilir (CEMALCILAR-BENLİGİRAY-SÜRMEİLİ, 2002, ss.243-246).

Araştırmamızda yer alan dağıtılmamış kâr kalemi bu iki yedeklerin toplamı olarak bütün yedekler şeklinde hesaba katılmıştır. Bu oranın hesaplanması firmanın kârlılığının yanı sıra kâr dağıtım politikası hakkında da bilgi vermektedir. Oran, düşük hesaplandığı firmalar için başarısızlığa uğrama yönünde gösterge olacaktır. Müşterilerin elde ettikleri kâr neticesinde yasal olarak ayırmak zorunda oldukları yedeklerinde meydana gelecek artış, finansal açıdan sahip olduğu gücün ispatı olacaktır.

$X_3 = \text{Faiz ve Vergi Öncesi Kârın Toplam Aktiflere Oranı}$ : Firmanın toplam yatırımlarının kârlılığını ifade eden aktif kârlılığı iki şekilde hesaplanır. Ekonomik kârlılık olarak ifade edilen ilk şekli, faiz ve vergi öncesi kârın toplam aktiflere oranlanması ile bulunur. Firmanın kaynaklarını ne ölçüde kârlı kullandığını gösteren bu oran firmanın finansman yapısından bağımsız olarak hesaplanır. Bu oranın %15 olması, firmanın aktiflerine yaptığı her 100 YTL'lik yatırımdan 15 YTL faiz ve vergi öncesi kâr oluşturduğunu ifade eder. Ekonomik kârlılığın yüksek olması, firmaya uzun vadeli borç veren sermayedarların açtıkları kredi faizini o ölçüde güvenle alabileceklerini gösterir. O halde kredili satış vasıtası ile müşteriye bir nevi kredi sağlayan firmalar da bu orana bakarak müşterinin güvenilirliği hakkında bilgiye sahip olabilirler.

$X_4 = \text{Özsermayenin Piyasa Değerinin Borçların Defter Değerine Oranı}$ : Altman, geliştirdiği bu modelde özsermayenin piyasa değerini borçların defter değerine oranlamıştır. Ancak bu çalışmada incelenmek üzere veri temin edilen kaynakta hisse senetlerinin piyasa değerine ulaşamadığından, bunun yerine imalat sanayii genel bilançolarında yer alan özsermaye değeri, toplam borçlara oranlanmıştır.

Bu oran kullanılan borca karşılık ne kadarlık özsermayeden yararlanıldığını ortaya koyar. Firmanın finansal kaldıraç derecesini de ölçmede katkı sağlayan bu oran ne kadar düşükse firma o ölçüde finansal kaldıraçtan yararlanmış ve finansal riske girmiş demektir. Bu nedenle oran sayesinde müşterinin finansal risk derecesinin belirlenmesi açısından, bu oranın kullanılması uygun olacaktır.

$X_5 = \text{Satışların Toplam Aktiflere Oranı}$ : Satışların toplam aktiflere oranlanması suretiyle hesaplanan ve aktif devir hızı olarak adlandırılan bu oran, firmanın toplam varlıklarının aktivitesini ölçtüğünden, bir etkinlik ölçüsüdür. Firmanın sahip olduğu toplam

yatırımların yılda kaç defa paraya dönüştüğünü gösterir. Başka bir ifade ile aktif devir hızı satışlar için ne kadar toplam yatırıma ihtiyaç duyulduğunu ortaya koyar (DAĞLI, 2001, s.44). Oranın 2 hesaplandığını varsayarsak; “firma 100 YTL’lik toplam yatırımıyla 200 YTL tutarında satış gerçekleştirmektedir” anlamına gelir. Bu oranın yüksek hesaplanması müşterinin yatırımlarını etkin yönettiği anlamına gelmektedir.

Tablo : 21

## Z Puanı Hesabında Gerekli Olan Veriler

	2001 (000 YTL)	2002 (000 YTL)	2003 (000 YTL)
Dönen Varlıklar	37.288.122,0	52.434.259,7	62.057.513,5
Kısa Vadeli Borçlar	30.121.234,5	39.345.921,7	43.706.043,9
<b>Net Çalışma Sermayesi</b> <sup>(1)</sup>	7.166.887,5	13.088.338,0	18.351.469,7
Sermaye Yedekleri	10.425.416,1	16.244.141,4	19.529.526,0
Kâr Yedekleri	2.306.453,7	3.232.347,3	4.925.536,4
<b>Bütün Yedekler</b> <sup>(2)</sup>	12.731.869,8	19.476.488,7	24.455.062,3
Dönem Kârı	117.142,9	4.885.028,2	7.637.171,8
Finansman Giderleri	11.233.022,8	7.361.478,5	4.099.073,7
<b>Faiz ve Vergi Öncesi Kâr</b> <sup>(3)</sup>	11.350.165,8	12.246.506,8	11.736.245,5
Özsermaye	19.735.912,5	32.830.594,6	47.322.389,4
<b>Net Satışlar</b>	73.019.519,8	105.787.358,0	133.414.447,6
<b>Toplam Aktifler</b>	60.862.807,0	88.823.044,6	108.185.754,3
Kısa Vadeli Borçlar	30.121.234,5	39.345.921,7	43.706.043,9
Uzun Vadeli Borçlar	11.005.660,0	16.646.528,4	17.157.321,1
<b>Toplam Borçlar</b> <sup>(4)</sup>	41.126.894,5	55.992.450,1	60.863.364,9

\* T.C. Merkez Bankası verilerinden yararlanarak oluşturulan bu tabloda değerler yuvarlatılmış olduğundan ve toplam hesapları asıl değerler üzerinden yapıldığından, 2003 yılı toplam borçları gibi sonuçlar, tabloda yer alan kısa vadeli borç+uzun vadeli borç değerlerinin toplamından farklı görünebilir.

<sup>(1)</sup> Net Çalışma Sermayesi = Dönen Varlıklar – Kısa Vadeli Borçlar

<sup>(2)</sup> Bütün Yedekler = Sermaye Yedekleri + Kâr Yedekleri

<sup>(3)</sup> Faiz ve Vergi Öncesi Kâr = Vergiden Önceki Kâr (Dönem Kârı) + Finansman Giderleri

<sup>(4)</sup> Toplam Borçlar = Kısa Vadeli Borçlar + Uzun Vadeli Borçlar

Tablo : 22

## İmalat Sanayii Sektör Kimliği

1.SEKTÖR		: D- İMALAT SANAYİİ			
2.İNCELENEN FİRMA SAYISI		: 3.743			
3.HUKUKİ YAPILARINA GÖRE FİRMALARIN DAĞILIMI					
ANONİM ŞİRKET	: 2697	ŞAHİS FİRMA	: 20		
HOLDİNG	: -	ADİ KOMANDİT ŞİRKET	: -		
LİMİTED ŞİRKET	: 979	KOOPERATİF	: 6		
KOMANDİT ŞİRKET	: -	VAKIF	: -		
KOLLEKTİF ŞİRKET	: 22	KAMU KURULUŞU	: 19		
4.ÖLÇEK DAĞILIMI	FİRMA	ÇALIŞAN	NET SATIŞLAR	AKTİF TOP.	ÖZKAYNAKLAR
İSTİHDAMA GÖRE	SAYISI	SAYISI	(000 YTL)	(000 YTL)	(000 YTL)
KÜÇÜK ÖLÇEKLİ	1.512	41.260	7.515.824,1	6.014.925,7	2.612.010,7
- Çalışan Sayısı 50 Kişinin Altında					
ORTA ÖLÇEKLİ	1.886	330.722	51.615.178,6	39.757.088,6	17.318.796,4
- Çalışan Sayısı 50-500 Kişi Arasında					
BÜYÜK ÖLÇEKLİ	345	410.318	74.283.444,9	62.413.740,0	27.391.582,3
- Çalışan Sayısı 500 Kişinin Üzerinde					
NET SATIŞLARA (NS) GÖRE					
KÜÇÜK ( NS<=11,797.1)	2181	133.990	9.280.290,3	10.299.014,3	3.603.054,7
ORTA (11,797.1<NS<67,412.0)	1200	295.217	32.929.638,7	28.518.093,0	11.631.792,1
BÜYÜK (NS>=67,412.0)	362	353.093	91.204.518,6	69.368.646,9	32.087.542,6
TOPLAM	3.743	782.300	133.414.447,6	108.185.754,3	47.322.389,4
5.SEKTÖRÜN RİSKİ					
(000 YTL)					
(31/12/2003 Tarihi İtibariyle )					
NAKDİ KREDİ	<u>KISA VADELİ</u>	<u>UZUN VADELİ</u>	<u>TOPLAM</u>		
-YTL	10.443.300,2	6.507.372,4	16.950.672,6		
-YP	3.225.692,4	1.130.557,8	4.356.250,2		
GAYRİ NAKDİ KREDİ	7.217.607,8	5.376.814,6	12.594.422,4		
-YTL	8.432.363,9	2.620.692,3	11.053.056,2		
-YP	2.242.198,7	481.139,9	2.723.338,6		
TASFİYE OLUNACAK KREDİ	6.190.165,2	2.139.552,5	8.329.717,7		
-YTL	783.383,5	0,0	783.383,5		
-YP	717.048,1	0,0	717.048,1		
TAHVİL	66.335,4	0,0	66.335,4		
FİNANSMAN BONOSU	0,0	0,0	0,0		
LEASING AMAÇLI FON KUL.	92.641,4	118.926,6	211.568,0		
-YTL	8.781,0	1.679,4	10.460,4		
-YP	83.860,4	117.247,1	201.107,5		
TOPLAM	19.751.689,1	9.246.991,3	28.998.680,4		
6.SEKTÖRDEKİ FİRMALARIN BİLANÇO DÖNEMİ SONUÇLARI	<u>FİRMA SAYISI</u>				
KÂR EDEN FİRMALAR	: 2.901				
ZARAR EDEN FİRMALAR	: 842				
KAR YA DA ZARAR OLUŞMAMIŞ	: -				

Kaynak: <http://www2.tcmb.gov.tr/seyor/2004/Tablolar/d11.xls>



Tablo 22’de sektör kimliği belirtilen ve çalışmamızda verilerinden yararlanacağımız imalat sanayii 2001, 2002 ve 2003 yılı Z puanı değerleri tablo 23’de gösterilmiştir.

**Tablo : 23**

**Modelde Kullanılan Finansal Oranlar ve Hesaplanan Z Puanı Değerleri**

	2001	2002	2003
$X_1 = \text{Net Çalışma Sermayesi} / \text{Toplam Aktifler}$	0,117754797	0,147352954	0,169629262
$X_2 = \text{Bütün Yedekler} / \text{Toplam Aktifler}$	0,209189658	0,219272924	0,226046973
$X_3 = \text{FVÖK} / \text{Toplam Aktifler}$	0,186487714	0,137875332	0,108482356
$X_4 = \text{Özsermaye} / \text{Toplam Borçlar}$	0,479878501	0,586339668	0,777518454
$X_5 = \text{Satışlar} / \text{Toplam Aktifler}$	1,1997396	1,190990001	1,233197924
$Z = 1,2 X_1 + 1,4 X_2 + 3,3 X_3 + 0,6 X_4 + 0,999 X_5$	2,536047696	2,480397045	2,576488451

Çalışmada imalat sanayiinin 2001-2002-2003 yıllarına ait bilançoları ele alınarak Z Puanı Modeli uygulaması gerçekleştirilmiştir. 2001 yılının zararlı kapatılmış olması kredili satış konusunda verilecek kararı olumsuz etkileyecektir. 2002 ve 2003 yılları için Z değeri sırasıyla 2,480 ve 2,576 olarak hesaplanmıştır. Tablo 20’deki cetvel ele alındığında, bulunan sonuçların 1,81-2,99 aralığında kaldığını ve finansal güçlüğün gerçekleşme ihtimalinin belirsizlik aralığında olduğunu söyleyebiliriz. Bu durumda modelin her bir bağımsız değişkeni ve ağırlıkları ayrı ayrı ele alınarak kredi açma kararı verilebilir.

2001 yılında kredili satış için mevcut olan risk kredili satış kararını olumsuz etkilese de, bundan sonra yapılacak analiz ve yorumlarda dönemler arası farkın gözlemlenerek, 2002-2003 yıllarının daha sağlıklı değerlendirilebilmesi için, modeldeki rasyoların incelenmesinde 2001 yılı da dikkate alınacaktır.

*Net işletme sermayesi*, tüm kısa süreli borçlar ödendikten sonra kalan işletme sermayesi tutarıdır. Bu nedenle net işletme sermayesinin fazla olması, firmanın borç ödeme gücünün fazla olduğunun göstergesidir. Oranların hesaplanmasında kullanılan net çalışma sermayesi ile ilgili olarak bahsedilebilecek birkaç nokta vardır. Bir firmanın yaşamını sürdürebilmesi için vadeleri gelen borçlarını karşılayabilecek tutarda nakit sağlama kapasitesine sahip

olması gerekir. O halde net çalışma sermayesinin pozitif olması arzu edilen bir durumdur. Pozitif net çalışma sermayesi, bir yıl içerisinde paraya dönüşecek varlıkların, bir yıl içinde ödenmesi gereken borçlardan çok olmasıdır.

	2001	2002	2003
Net İşletme Sermayesi (000 YTL)	7.166.887,5	13.088.338,0	18.351.469,7

Net işletme sermayesi yıllar itibariyle artış göstermiştir. Bu durum sanayiinin kredi verenleri açısından olumlu karşılanacaktır. Ancak net işletme sermayesini tek başına borç ödeme gücü göstergesi olarak kabul etmek tam sonuç, vermeyebilir. O nedenle likidite analizini, ayrıca oranlar yardımı ile ele almak gerekmektedir.

Likiditenin, dolayısıyla kısa vadeli borç ödeme kabiliyetinin ölçülmesinde yararlanılan oranlardan Z puanı modelinde ele alınan,  $X_1$  bağımsız değişkeniyle ifade edilen *net çalışma sermayesinin toplam aktiflere oranıdır*. Çalışma sermayesinin yeterli olup olmadığını gösteren bu oran, toplam yatırımlardan net çalışma sermayesi yastığına düşen payı ifade etmektedir (DAĞLI, 2001, s. 39).

	2001	2002	2003
Net Çalışma Sermayesi / Toplam Aktifler	0,12	0,15	0,17

Bu oranın yükselmesi likidite açısından olumlu karşılandığından 2001-2003 yılları arasında az da olsa artış göstermesi sanayii için olumludur.

Ek 1'de yer alan imalat sanayii bilançosu verilerinden derlenen aşağıdaki bilgiler incelendiğinde hazır değerlerin, ticari alacakların ve stokların yıllar itibariyle artış gösterdiği görülür. Sanayiinin net satışları da 2001, 2002 ve 2003 yıllarında sırası ile 73.019.519,8 bin YTL, 105.787.358,0 bin YTL, 133.414.447,6 bin YTL olarak gerçekleşmiştir. Buna göre hazır değerler, ticari alacaklar ve stoklar kalemlerindeki artışın, iş hacmindeki artıştan kaynaklandığını söyleyebiliriz. Ancak, iş hacminde artış meydana geldiği yönünde karar verilirken bir takım karşılaştırmalar da yapmak gerekir. Örneğin; iş hacmi genişledikçe stoklar/satış oranında düşme meydana gelmesi gerekir. Sanayii için

yapılan hesaplama sonucu, stoklar/satış oranı yıllara göre sırasıyla 0,181 - 0,180 - 0,171 olarak elde edilmiştir. Bu sonuç stoklardaki artış hızının, satışlardaki artış hızından daha yavaş olduğunu ifade eder ki, bu da iş hacminin genişlediğinin işaretçisidir. Ayrıca sanayiinin ticari alacaklarını net satışlara oranladığımızda 2001, 2002, 2003 yılları için sırasıyla 0,184 - 0,176 ve 0,167 sonuçları elde edilir. Bu da satış artış hızının, alacak artış hızından yüksek olduğu şeklinde yorumlanır. Sonuç olarak net çalışma sermayesi unsuru olan bu varlıklardaki artışın, sanayiinin iş hacmindeki artıştan meydana geldiğini söyleyebiliriz. Kredili satış kararı verilirken iş hacminin artış göstermesi olumlu karşılanır.

	2001		2002		2003	
	Tutar (000 YTL)	Grup Yüzde	Tutar (000 YTL)	Grup Yüzde	Tutar (000 YTL)	Grup Yüzde
Hazır Değerler	5.699.852,5	% 15,3	7.926.349,7	% 15,1	9.529.198,8	% 15,4
Ticari Alacaklar	13.410.589,5	% 36,0	18.657.255,6	% 35,6	22.226.485,8	% 35,8
Stoklar	13.249.993,4	% 35,5	19.063.937,3	% 36,4	22.792.952,0	% 36,7

Kredi açma kararı verilirken sanayiinin likidite durumunun incelenmesinin ardından kârlılığı da ele alınmalıdır. Bunun için dağıtılmamış kârların aktif toplamına oranını hesaplayarak modelin ikinci bağımsız değişkenini ele alabiliriz. Bu oran *kümülatif (birikmeli) kârlılık oranı* olarak adlandırılır (AKGÜÇ, 1998, s.69). Ancak sanayii için Z puanı hesaplanırken dağıtılmamış kâr olarak bütün yedeklerin ele alınmış olması nedeniyle, kârlılık oranı incelenmesinde de bu esas dikkate alınmalıdır.

	2002	2003
Bütün Yedekler / Toplam Aktifler	0,22	0,23

Oranın düşüklüğü ve düşüş göstermesi başarısızlığa uğrama konusunda ipucu verir. Aktif toplamında 2002-2003 yılları arasında yaklaşık %21,7'lik artış gözlenirken, bütün yedeklerde aynı yıllarda yaklaşık %25'lik artış meydana gelmesi, oranda artış meydana getirmiştir. Bu artış kredili satış kararının verilmesi açısından olumlu karşılanır.

Sanayii incelemesinde ele alınabilecek bir diğer kârlılık oranı ise, Z puanı modelinin üçüncü bağımsız değişkeni olan *ekonomik kârlılık oranı*dır. Aktiflerin nasıl finanse edildiğine bakılmaksızın, faaliyetten elde edilen tüm gelirlerin ele alındığı bu oran aktiflere yapılan yatırımın ne kadar faiz ve vergi öncesi kâr (FVÖK) yarattığını ölçer.

$$\text{Ekonomik Kârlılık} = \frac{\text{FVÖK}}{\text{Toplam Aktifler}}$$

	2002	2003
Ekonomik Kârlılık	0,14	0,11

Modelde en yüksek ağırlığa sahip olan bu oran, kaynakların ne derecede kârlı kullanıldığını gösterir. Oranın düşüşü, kaynak kullanımındaki etkinlikte azalma meydana geldiğini göstermektedir. Ancak tablo 21 incelendiğinde, faiz ve vergi öncesi kârın 2002-2003 yılları arasında az bir düşüş göstermesine karşın, toplam aktiflerin arttığı görülmektedir. Böylece ekonomik kârlılıktaki düşüşün aşırı kâr azalışından kaynaklanmadığını, kârdaki düşük miktarda azalışa karşın aktifte meydana gelen artıştan kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Kredili satış yapanların emniyet paylarının belirlenmesini sağlayan sermaye yapısı oranlarından faydalanılarak, sanayiinin uzun vadeli yükümlülüklerini yerine getirebilmesi konusundaki kabiliyeti ölçülebilir. Modeldeki değişkenlerin dördüncüsü olan *özsermaye / toplam borçlar oranı* yardımıyla kullanılan borca karşılık yararlanılan özsermaye miktarı gözönüne serilir.

Tablo 23'de görüldüğü gibi özsermayenin borç toplamına oranı 2001 yılında %48, 2002 yılında %59, 2003 yılında ise daha da artarak %78 olmuştur. Buna göre 2001 yılında sanayide varlıkların %32'si özsermaye ile, %68'i ise yabancı kaynak ile finanse edilmektedir. 2002 yılında, varlıkların %37'si özsermaye ile, %63'ü yabancı kaynak ile finanse edilirken, 2003 yılı sonunda varlıkların %44'ü özsermaye ile, %56'sı ise yabancı kaynak ile finanse edilir duruma gelmiştir. Özsermaye / Toplam yabancı kaynak oranında meydana gelen yükseliş kredi riski açısından olumlu bir gelişmedir.  $X_4$  bağımsız değişkeninin katsayısının (0,6) düşük oluşu, bu risk azalışını Z puanı sonucuna yeterince

taşıyamamış olabilir. Ayrıca, Z puanı modelinde dördüncü bağımsız değişkenin özsermayenin piyasa değeri / borçların defter değeri olmasına karşın, çalışmada bu oranın özsermaye / toplam borçlar şeklinde ele alınması, Z puanının düşük çıkmasına neden olmuş olabilir. Bu durum, Z puanı finansal güçlüğü gerçeğe olasılığının belirsizlik aralığında olsa bile kredili satış kararı verilirken gözönüne alınmalıdır. Ayrıca burada dikkat edilmesi gereken diğer bir nokta da şudur: Özsermayenin artış göstermesinde yeniden değerlendirme artışlarının payı büyüktür. Ek 1 imalat sanayii bilançosunda da görüldüğü gibi yeniden değerlendirme artışları özkaynaklar içinde büyük bir yüzdelik paya sahiptir. Yeni fon girişi sağlamayan, hesaben özsermaye artışına yol açan yeniden değerlemenin yüksek tutarda olması özsermaye / toplam borçlar oranının artış göstermesine neden olmuştur.

Sahip olunan iktisadi varlıkların ne ölçüde etkin kullanıldığını ölçmeye yarayan aktivite oranlarından da faydalanarak kredili satış kararına varılabilir. Bu doğrultuda modelin son bağımsız değişkeni olan aktif devir hızı da irdelenerek finansal güçlüğü düşme olasılığı ve kredili satış konusunda karar verilebilir.

Varlıkların paraya dönüşüm çabukluğunun veya varlık tutarına göre yapılabilen satışların göstergesi olan ve Net satışlar / Toplam aktifler formülüyle hesaplanan *aktif devir hızı*, aktiflere yapılan yatırımların verimli olup olmadığını gösterir. Aktif devir hızı, kârlılığı da belirleyen en önemli etmenlerden biridir.

$$\underbrace{\frac{\text{Net Kâr}}{\text{Toplam Aktifler}}}_{\text{Aktif Kârlılığı}} = \underbrace{\frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Toplam Aktifler}}}_{\text{Aktif Devir Hızı}} \times \underbrace{\frac{\text{Net Kâr}}{\text{Net Satışlar}}}_{\text{Net Kâr Marjı}}$$

Aktif devir hızı, aşağıda gösterilen du-pont sisteminde belirtildiği gibi özsermaye kârlılığını da etkiler. Diğer koşullar sabit kalmak üzere aktif devir hızını artırmak yoluyla özsermaye kârlılığı yükseltilebilir.

$$\underbrace{\frac{\text{Net Kâr}}{\text{Özsermaye}}}_{\text{Özsermaye Kârlılığı}} = \underbrace{\frac{\text{Net Kâr}}{\text{Net Satışlar}}}_{\text{Net Kâr Marjı}} \times \underbrace{\frac{\text{Net Satışlar}}{\text{Toplam Aktifler}}}_{\text{Aktif Devir Hızı}} \times \underbrace{\frac{\text{Toplam Aktifler}}{\text{Özsermaye}}}_{\text{Özsermaye Çarpanı}}$$

Aktif devir hızı, risk derecesinin göstergesi olarak da yorumlanabilir. Aktif toplamı içinde duran varlıkların payı yüksek, dolayısıyla aktif devir hızı görece olarak düşük endüstrilerde kârlılık, üretilen mal veya hizmete karşı talebin gelecekte göstereceği gelişmeye büyük ölçüde bağlı olmaktadır. Bunun nedeni, talepteki dalgalanmalara göre endüstrinin, yatırım tutarını hızla değiştirmek, aktif tutarını azaltmak veya artırmak konusunda hareket esnekliğinin sınırlı oluşudur (AKGÜÇ, 2000, s. 194). Bu sanayii kolları riski yüksek endüstriler olarak nitelendirilir.

Aktif devir hızının yüksek olduğu endüstri kollarında ise risk, görece olarak daha düşüktür. Riski az olan ve aktif toplamı içinde duran varlıkların önemli yer tutmadığı endüstri kollarında, talepteki değişikliğe göre aktif tutarını ayarlamak olanağı fazla bulunduğundan, geleceğin belirsizliğinin kâr üzerindeki etkisi daha sınırlı kalmaktadır.

	2001	2002	2003
Aktif Devir Hızı	1,20	1,19	1,23

Sonuca göre, 100 YTL'lik yatırımla 2001, 2002, 2003 yılları için sırasıyla 120, 119 ve 123 YTL'lik satış gerçekleştirilmektedir. Sanayide aktif devir hızının düşük hesaplanması ve duran varlıkların aktif toplamı içindeki yüzdesinin sırasıyla %38,7 - %41,0 ve %42,6 olarak yükselmesi, sanayii için risk unsuru meydana getirmektedir. Aktif devir hızı düşük kalmış olsa da son dönemde artış göstermiş olması olumlu görülebilir. Ancak katsayısının düşük olması nedeniyle, 5. bağımsız değişkenin düşük hesaplanması elde edilen sonucu diğer değişkenler kadar çok etkileyemeyecektir.

İnceleme yapılırken ekonominin genel durumu da göz önüne alınmalıdır. Ülkedeki kur değişimi verileri ek 3'te yer almaktadır. 2001 yılında ekonominin durumunu ele aldığımızda; karşımıza Şubat 2001'den Ekim 2001'e kadar devam eden TL/\$ kuru artışı çıkmaktadır. Bu dönemde ülkemizden para çıkışı gözlenmiştir. Bu dönem, bir çok işletmenin iflas etmesine, bir çoğunun ise faaliyetlerini geçici olarak durdurmalarına ve işçi çıkarmalarına neden olmuştur. Bu nedenle 2001 yılında imalat sanayii için, dönemin zararlarla kapatılması ekonominin genel buhranına paralellik göstermektedir. 2002 yılında ise Nisan 2002'ye kadar devam eden kur azalışı beraberinde ekonomik iyileşmeyi getirmiştir. Ancak daha sonra ekonominin gerek iç gerekse dış etkenlerden kolayca etkilenmesi,

ekonomide hoşnut olunmayacak gelişmelere neden olmuştur. Ekonominin, 2002 yılının nisan ayına kadar ve kasım ayında iyileşme göstermesi, bu yılın 2001'e göre daha olumlu seyrettiğine işaret etmektedir. Mart 2003'e kadar önceki yılın son aylarının olumsuz etkisi devam etmiş ancak ülkemizin ekonomisinde Nisan 2003'den başlayan bir kur ve faiz azalışı olmuştur. Görüldüğü gibi ekonomi olumlu seyir içine girdiğinde sanayiinin durumu da buna paralellik göstererek iyileşmektedir. O halde, 2001 yılında uğranılan ekonomik çöküntüden sonra, 2002 ve 2003 yıllarında sanayiinin finansal oranlarında görülen kimi küçük kimi büyük olumlu değişim, kredi karar sürecinde göz önüne alınmalıdır.

Modelde önemli ağırlığa sahip olan FVÖK / Toplam Aktifler oranında rakamsal olarak meydana gelen azalışa ve bu orandan sonra ağırlığı nispeten fazla olan 1. ve 2. bağımsız değişkenlerde düşük artışlar meydana gelmesine rağmen, önemli artış kaydedilen Özsermaye / Toplam Borçlar oranının katsayısının küçük olması, Z puanının belirsizlik aralığında kalmasına neden olmuştur. O nedenle gerek belirtilen ekonomik gelişmeler gerekse katsayıların sonuca etkileri nedeniyle sanayiinin durumu olumlu karşılanarak kredili satış yapılması kararı verilebilir.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmeler, faaliyet amaçlarından olan kâra ulaşmak için satışlarını artırmayı hedeflemektedirler. Yapılan satışların tamamı ise peşin olarak yapılamayabilmektedir. Zira işletmeler arası rekabetin artması, müşterilere kolaylıklar sağlamayı gerekli kılmaktadır. Bu nedenle satışların artışı, pazarlama ve fiyat politikası yanında kredili satış politikasına da bağlıdır.

Vadeli olarak yapılan satışların ortaya çıkardığı alacak hesabı, gün geçtikçe işletmelerin aktifleri içinde daha önemli yer tutmaya başlamıştır. Bu yüzden alacak yönetimindeki başarı derecesi işletme üzerinde çok etkili olmaktadır. Etkin planlama ve kontrol yöntemlerinin işletme yönetim faaliyetlerinde can damarı rolüne sahip olması nedeniyle alacak yönetiminde planlama, yürütme ve kontrol çalışmalarının üzerinde durulmalıdır.

Alacakların yönetilmesi için teşkilat yapısının nasıl düzenleneceği, başka bir ifade ile kredi yönetiminde sorumluluğun hangi departmana verileceği hususu belirlenmelidir. Kredi yönetimi sorumluluğunun pazarlama, finans ya da muhasebe bölümlerine verilmesi uygulamalarına rastlanılmakla beraber, daha etkin bir yönetim için, özellikle büyük işletmelerde ayrı bir kredi yönetimi bölümü oluşturulmalıdır.

Kredili satış yapan her işletmenin, amaçlarına uygun olarak öncelikle en iyi şekilde belirlenmiş bir kredi politikasına sahip olması gerekir. İşletmelerin satışları, fiyat, kalite... v.b. etmenlerin yanı sıra kredi politikasına da bağlıdır. Kredi politikası oluşturulurken, kredi standardı olarak adlandırılan; ticari kredi açılacak müşteride aranan kriterlerin belirlenmesinin ardından, satış koşulları belirlenmelidir.

Müşterinin borçlarını ödemedeki yükümlü olduğu vadenin tespiti en iyi şekilde yapılmalıdır. Zira satışların artırılması amacıyla uzatılan vadenin maliyeti, kârlar üzerinde negatif bir etkiye neden olmaktadır. Müşteriyi erken ödemeye teşvik için gerçekleştirilen iskonto uygulaması, yapılan vadeli satışın herhangi bir belgeye dayandırılıp dayandırılmayacağı, kredi politikası tespit edilirken ele alınan hususlardandır. Kredili



satışların işletmeye fayda sağlaması için, gerek kredi vadesinin belirlenmesinde, gerekse gerçekleştirilen iskonto uygulamalarında sağlanan kârın, vade ve iskonto uygulaması sonucunda ortaya çıkan maliyetlerin üzerinde olması gerekmektedir.

Kredili satış konusunda müşterilerden gelen teklifler doğrultusunda bu taleplerin analiz edilmesi, kredi riskinin ölçülmesinde fayda sağlayacaktır. Ancak yine de yapılan her kredili satış sonucunda müşterilerin borçlandığı tutarlar, ortaya çıkan risk dolayısıyla işletmeye sorumluluklar yükleyecektir. Müşteriler tarafından ödemelerin geç yapılması ya da hiç yapılmaması nedeniyle yürütülecek çalışmalar ve yükledikleri maliyet bu sorumlulukların başında gelmektedir. Ödenmeyen borçların tahsili için izlenecek yollar tahsilat politikası oluşturularak belirlenmelidir.

Gerek kredi politikası gerekse tahsilat politikası, ekonomik şartlara, müşterilerin isteklerine, finansal durumlarına ve ödeme alışkanlıklarına göre düzenli olarak gözden geçirilmelidir. Kredi politikası ve tahsilat politikası oluşturulurken değişkenlerin gözden geçirilmesinin nedeni; müşterilerin değişik koşullarını algılayıp bu doğrultuda hareket ederek rekabette üstünlük sağlamak ve kredili satıştan en üst düzeyde fayda elde etmektir.

Ödenmeyen ve tahsilat aşamasına gelen alacak hesaplarının en aza indirilmesi, yapılan müşteri analizinin mükemmelliğiyle bağlantılıdır. Bu doğrultuda kredi yöneticileri müşterilerin kredi değerliliğini analiz etmelidirler. Bunun için de müşteri hakkında bilgi edinilebilecek birçok kaynaktan yararlanabilmektedirler. Müşteri hakkında bilgi edinilebilecek kaynaklar arasında müşterinin finansal tabloları, bankalar, meslek kuruluşları, müşteri ile karşılıklı görüşme, müşterinin faaliyette bulunduğu kimseler, ticaret sicili kayıtları v.b. sayılabilir. Müşterinin karakteri, kapasitesi, kapitali, koşullar, karşılık gibi bir takım göstergeler ele alınarak müşterinin taşıdığı riskin belirlenmesi, kredi değerliliğinin ortaya konulmasında etkilidir.

Kredi talebi olumlu karşılanan müşteri için yapılacak kredili satışın limitinin belirlenmesi ve nihayet açılan ticari kredi sonucunda oluşan alacak hesaplarının izlenmesi, alacak yönetimi sürecinin sonunu oluşturmaktadır. Vadeli satışın işletme kârının oluşumunda etkili olması nedeniyle, belirlenen politikalardan sapma meydana gelmesi

halinde önleyici çabaların gösterilmesi ve şüpheli alacak miktarının azaltılması, alacak hesaplarının kontrol edilmesiyle mümkündür.

Müşterinin kredi değerliliğinin belirlenerek kredi açma kararının verilmesi aşamasında, müşterinin ödeme yeteneğinin, finansal gücünün ve sözüne güvenilirliğinin ölçülmesi ya da kaynaklarının bilgisine başvurulması suretiyle karar verilmesini öngören analiz teknikleri uygulanabilmektedir.

Müşterinin değişik açılardan ele alınarak analizine imkâna sağlayan bu yöntemler arasında, müşterinin finansal güçlüğüne gerçekleşme olasılığının ele alındığı Z Puanı Modeli de yer almaktadır. Finansal tablo verileri yardımıyla hesaplanan rasyoların, ağırlıklandırılarak müşteri analizine hizmet etmesini sağlayan bu modelde, belirlenen ölçümler aralığına göre finansal güçlüğüne gerçekleşme olasılığı hesap edilmekte ve yorumlanan sonuçlar neticesinde kredili satış kararı verilmektedir.

Çalışmada müşteriye kredi açma kararı verilirken kullanılan Z Puanı Modeli, imalat sanayiinin 2001, 2002 ve 2003 yılları ele alınarak uygulanmıştır. Türkiye Cumhuriyet Merkezi Bankası veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Bu veriler, imalat sanayiinde faaliyet gösteren 3.743 adet firma incelenerek meydana getirilen finansal tablolardan elde edilmiştir.

2001, 2002, ve 2003 yıllarının her birinde hesaplanan Z Puanı, sırasıyla 2,54-2,48 ve 2,58'dir. Z puanı 1,81-2,99 aralığında yer aldığına, finansal güçlüğüne gerçekleşmesi konusunda belirsizlik vardır. Sonuçların bu aralıkta kalmasına bir neden olarak da veri yetersizliği nedeniyle, özsermayenin piyasa değerinin borçların defter değerine oranı yerine, özsermayenin borç toplamına oranının alınması bir etken olabilir. Buradan hareketle, imalat sanayiinde finansal güçlüğüne gerçekleşmesi hususunda her üç yıl için de belirsizlik söz konusu olduğu söylenebilir. Bu noktada kesin karar, finansal tabloların ve beraberinde finansal oranların analiziyle mümkündür.

İmalat sanayiinin 2001 yılı gelir tablosundaki dönem net kâr veya zararı kalemindeki negatif sonuç dikkat çekmektedir. Şüphesiz, böyle bir durumda kredili satış kararı olumsuz yönde etkilenecektir. Modelde yer alan likidite, aktivite, kârlılık oranlarının artış

göstermesi, varlıkların finansmanında özsermayenin payının yükselmesi, iş hacminde artış meydana gelmesi, özellikle 2003 yılında sanayiye kredili satış yapılmasının uygun olabileceğini işaret etmektedir.

Ayrıca, sanayiinin faaliyet gösterdiği ülkenin ekonomik durumunu da dikkate almak daha sağlıklı kararlar vermeyi sağlayacaktır. TL/\$ kurunda artış meydana gelmesi ve ülkeden para çıkışı gözlenmesi 2001 yılının sadece imalat sanayii için değil, ülke ekonomisi için de olumsuz geçtiğini göstermektedir. Zaten, bu dönemde birçok işletme işçi çıkarmak, birçoğu ise faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmıştır. Takip eden yıllarda ise, ekonominin olumlu seyir içine girmeye başlaması ile sanayiinin rasyolarında olumlu yönde gelişme gözlemlenmiştir. Bu durum, sanayii için kredili satış kararını olumlu etkileyecektir.

Nihai olarak; rasyolarında iyileşme meydana gelen, ekonominin olumlu seyir gösterdiği dönemlerde bu seyirden olumlu yönde etkilenerek iyileşmelere ayak uyduran imalat sanayiine, özellikle 2003 yılı için ticari kredi vermek için alınacak kararın olumlu olabileceği söylenebilir.

## YARARLANILAN KAYNAKLAR

### a. Kitaplar

- AKGÜÇ, Öztin : Finansal Yönetim, Yenilenmiş 7. Basım, Avcıol Basım- Yayın, Muhasebe Enstitüsü Yayın No: 65, İstanbul, 1998.
- : Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi, Genişletilmiş 5. Baskı, Avcıol Basım- Yayın, İstanbul, 1991.
- : Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi, Genişletilmiş 6. Baskı, Arayış Yayıncılık, İstanbul, 2000.
- : Mali Tablolar Analizi, Genişletilmiş 9. Bası, Muhasebe Enstitüsü Yayın No: 64, Avcıol Basım- Yayın, İstanbul, 1995.
- AKSOY, Ahmet : İşletme Sermayesi Yönetimi, Gazi Büro Kitabevi, Ankara, 1993.
- AKTAŞ, Ramazan : Endüstri İşletmeleri İçin Mali Başarısızlık Tahmini (Çok Boyutlu Model Uygulaması), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Genel Yayın No: 323, Ankara, 1993.
- ALTMAN, Edward I. : Financial Handbook, Fifth Edition, John Wiley & Sons Inc.; New York, 1981.

- ATAMAN, Ümit  
 HACIRÜSTEMOĞLU, Rüstem : Yöneticiler İçin Muhasebe ve Finans Bilgileri,  
 Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1999.
- BERK, Niyazi : Finansal Yönetim, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1995.
- BOLAK, Mehmet : İşletme Finansı, Birsen Yayınevi, İstanbul, 1998.
- BREALEY, Richard A.  
 MYERS, Stewart C.  
 MARCUS, Alan J. : Fundamentals of Corporate Finance, International  
 Edition, McGraw-Hill Inc, New York, 1995.
- CEMALCILAR, Özgül  
 BENLİĞİRAY, Yılmaz  
 SÜRMEİ, Fevzi : Genel Muhasebe, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayın  
 No:1341, Eskişehir, 2002.
- CEYLAN, Ali : İşletmelerde Finansal Yönetim, 6. Basım, Ekin  
 Kitabevi Yayınları, Bursa, 2000.
- ÇETİNER, Ertuğrul : İşletmelerde Mali Analiz, Gazi Kitabevi, Ankara, 2000.
- DAĞLI, Hüseyin : Finansal Yönetim, 2. Baskı, Derya Kitabevi, Trabzon,  
 2001.
- DERYAL, Yahya : Ticaret Hukuku, Geliştirilmiş 6. Baskı, Derya Kitabevi,  
 Trabzon, 2002.
- ERCAN, Metin Kamil  
 BAN, Ünsal : Finansal Yönetim (Değere Dayalı İşletme Finansı),  
 Gazi Kitabevi, Ankara, 2005.

- ERKAN, Mehmet : Enflasyonist Ortamda İşletmenin Ticari Kredi Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Yayınları Yayın No: 380, Eskişehir, 1990.
- FETTAHOĞLU, Abdurrahman : İşletme Finansı, Karadeniz Teknik Üniversitesi Basımevi Fakülte Yayın No: 4, Genel Yayın No: 129, Trabzon, 1988.
- GITMAN, Lawrence J. : Principles of Managerial Finance, Tenth Edition, Pearson Education Inc., Boston, 2003.
- GÖNENLİ, Atilla : İşletmelerde Finansal Yönetim, 3. Bası, İstanbul Üniversitesi Finans Enstitüsü Yayınları, Yayın No: 3, İstanbul, 1979.
- GÖNENLİ, Atilla  
SARIKAMIŞ, Cevat : İşletme Finansı Okuma Parçaları ve Vak'alar, 2. Baskı, İstanbul Üniversitesi Yayın No:2172, İstanbul, 1976.
- HATİPOĞLU, Zeyyat : İşletme Finansmanı, Genişletilmiş 2. Baskı, Alagöz Yayınları No:5, İstanbul, 1967.
- HAWKES, Valerie  
SLATER, Ken : Cashflow and Credit Management, Telegraph Publications, London, 1988.
- KEOWN, Arthur J.  
SCOTT, David F.  
MARTIN, John D.  
PETTY, J. William : Basic Financial Management, 7<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, United States of America, 1996.

- KHAN, M. Y.  
JAIN P.K. : Financial Management, Second Edition, McGraw-Hill Publishing Company Limited, New Delhi, 1982.
- KOLB, Robert W.  
RODRÍGUEZ, Richardo J. : Finansal Yönetim, Çev: Ali İhsan KARACAN, Sermaye Piyasası Kurulu Yayın No: 35, Ankara, 1996.
- MERİÇ, Gülser : Farklı Sanayi Dallarındaki İşletmelerin Finansal Karakteristiklerinin Karşılaştırılması, Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları No:6, Ankara, 1985.
- NALÇACI, Münevver : Alacakların Yönetiminde Muhasebe Politikasının Belirlenmesi ve Uygulanması, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 210, Eskişehir, 1986.
- ÖNAL, B. Yıldırım : Türkiye’de Endüstri İşletmelerinin Müşteri Finansmanında Kullandıkları Tekniklerin Karşılaştırılması Olarak İncelenmesi, SPK Yayın No: 112, Ankara, 1998.
- PETERSON, Edward D. : Cash Management (A Guide to Increasing Profits), Lifetime Learning Publications, California, 1984.
- POROY, Reha  
TEKİNALP, Ünal : Kıymetli Evrak Hukuku Esasları, Güncelleştirilmiş 12. Bası, Beta Basım- Yayım- Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1995.
- SEVAL, Belkıs : Kredilendirme Süreci ve Kredi Yönetimi, Muhasebe Enstitüsü Yayın No:59, İstanbul, 1990.

- SEYİDOĞLU, Halil : Uluslararası Finans, Geliştirilmiş 4. Baskı, Güzem Can Yayınları No:19, İstanbul, 2003.
- SMITH, Keith V. : Guide to Working Capital Management, McGraw-Hill Book Company, New York, 1979.
- SOLOMON, Ezra  
PRINGLE, John J. : An Introduction to Financial Management, Goodyear Publishing Company Inc., California, 1980.
- SÜRMEŒ, Yusuf : Muhasebe 1, 3. Baskı, İber Matbaacılık, Trabzon, 1998.
- : Muhasebe 2, Akademi Limited Şirketi Yayınları, Trabzon, 1999.
- TENKER, Nejat : Finansal Muhasebe, 1. Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara, 1997.
- TÜRKO, Metin : Döner Sermaye Yönetimi Prensipler ve Analiz, İşletme Fakültesi Yayın No: 73, Erzurum, 1978.
- : Finansal Yönetim, 2. Basım, Alfa Yayınları, İstanbul, 2002.
- VAN HORNE, James C. : Financial Management and Policy, 9<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, New Jersey, 1992.
- WESTON, J. Fred  
COPELAND, Thomas E. : Managerial Finance, Eighth Edition, The Dryden Press, New York, 1986.
- YÜKÇÜ ve Diğerleri : Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği'ne Göre Finansal Yönetim, Vizyon Yayınları, İzmir, 1999.



## b. Makaleler

ARIKAN, Türkan : “Alacakların Yönetimi (I)”, **Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi**, Cilt 2, Sayı: 5, (Mayıs 1974), ss.27-41.

----- : “Alacakların Yönetimi (II)”, **Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi**, Cilt 2, Sayı: 11, (Kasım 1974), ss.39-49.

HORRİGAN, James O. : “Methodological Implication of Non- Normally Distributed Financial Ratios: A Comment”, **Journal of Business Finance & Accounting**, Vol. 10, (1983), pp.683-689.

LEWELLEN, Wilbur G.

JOHNSON, Robert W. : “Better Way to Monitor Accounts Receivable”, **Harvard Business Review**, (May- June 1972), pp.101-111.

SCHERR, Frederick C. : “Optimal Trade Credit Limits”, **Financial Management**, Vol. 25, No: 1, (Spring 1996), pp.71-85.

## c. Kanun ve Diğerleri

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun - Sayı: 4077 Tarih: 23/02/1995

Türk Ticaret Kanunu – Sayı: 6762 Tarih: 29/06/1956

Vergi Usul Kanunu – Sayı: 213 Tarih: 04/01/1961

AYDIN, Yasin : Altman Tarafından Geliştirilen Bir Mali Analiz Tekniği Olan Diskriminant Modelinin Kurul'umuza Tahvil İhraç İçin Başvuran 46 Sanayi Şirketi Üzerinde Uygulanması, Sermaye Piyasası Kurulu İnceleme- Değerlendirme ve İzleme Dairesi Araştırma Raporu, Ankara, 1988.

Dünya Gazetesi Yayın Kurulu : Ansiklopedik Kambiyo Sözlüğü, Genişletilmiş 2. Baskı, Dünya Yayınları Sözlük Dizisi No:2, İstanbul, 1998.

YILDIRAN, Tuncay : Mali Oranlar ve Diskriminant Modeli ile Aracı Kurumların Mali Açıdan Başarılı - Başarısız Olarak Sınıflandırılması (Çok Boyutlu Bir Model Denemesi), Sermaye Piyasası Kurulu Yeterlilik Etüdü, Ankara, 1998.

[http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI\\_TUTAR\\_2000.html](http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI_TUTAR_2000.html)

[http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI\\_TUTAR\\_2001.html](http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI_TUTAR_2001.html)

[http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI\\_TUTAR\\_2002.html](http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI_TUTAR_2002.html)

[http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI\\_TUTAR\\_2003.html](http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/rmm/SAYI_TUTAR_2003.html)

<http://www2.tcmb.gov.tr/seyktor/2004/Tablolar/d11.xls>

<http://www2.tcmb.gov.tr/seyktor/2004/Tablolar/d12.xls>

<http://www2.tcmb.gov.tr/seyktor/2004/Tablolar/d13.xls>



**EKLER**

(EK : 1)

**İmalat Sanayii 2001 – 2002 - 2003 Yılları Bilançosu**  
(000 YTL)

<b>AKTİF (VARLIKLAR)</b>	<b>2001</b>	<b>Grup Yüzde</b>	<b>Aktif Yüzde</b>	<b>2002</b>	<b>Grup Yüzde</b>	<b>Aktif Yüzde</b>	<b>2003</b>	<b>Grup Yüzde</b>	<b>Aktif Yüzde</b>
<b>I-DÖNEN VARLIKLAR</b>	<b>37.288.122,0</b>	<b>100,0</b>	<b>61,3</b>	<b>52.434.259,7</b>	<b>100,0</b>	<b>59,0</b>	<b>62.057.513,5</b>	<b>100,0</b>	<b>57,4</b>
<b>A-Hazır Değerler</b>	<b>5.699.852,5</b>	<b>15,3</b>	<b>9,4</b>	<b>7.926.349,7</b>	<b>15,1</b>	<b>8,9</b>	<b>9.529.198,8</b>	<b>15,4</b>	<b>8,8</b>
1-Kasa	104.584,9	0,3	0,2	159.776,7	0,3	0,2	224.776,2	0,4	0,2
2-Alınan Çekler	1.293.741,3	3,5	2,1	1.615.916,5	3,1	1,8	2.153.306,7	3,5	2,0
3- Bankalar	4.394.109,3	11,8	7,2	6.210.644,5	11,8	7,0	7.245.597,0	11,7	6,7
4-Verilen Çekler ve Ödeme Emirleri (-)	(140.859,6)	(0,4)	(0,2)	(148.317,9)	(0,3)	(0,2)	(190.565,1)	(0,3)	(0,2)
5-Diğer Hazır Değerler	48.276,6	0,1	0,1	88.329,8	0,2	0,1	96.084,0	0,2	0,1
<b>B-Menkul Kıymetler</b>	<b>716.783,2</b>	<b>1,9</b>	<b>1,2</b>	<b>1.225.490,0</b>	<b>2,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1.253.064,3</b>	<b>2,0</b>	<b>1,2</b>
1-Hisse Senetleri	54.604,9	0,1	0,1	68.412,4	0,1	0,1	63.513,8	0,1	0,1
2-Özel Kesim Tahvil, Senet ve Bonoları	39.652,4	0,1	0,1	43.094,1	0,1	0,0	40.895,2	0,1	0,0
3-Kamu Kesimi Tahvil, Senet ve Bonoları	560.635,2	1,5	0,9	1.059.371,1	2,0	1,2	1.079.025,5	1,7	1,0
4-Diğer Menkul Kıymetler	62.501,5	0,2	0,1	56.300,2	0,1	0,1	73.820,6	0,1	0,1
5-Menkul Kıymet Değ.Düş.Karş(-)	(610,8)	(0,0)	(0,0)	(1.687,8)	(0,0)	(0,0)	(4.190,8)	(0,0)	(0,0)
<b>C-Ticari Alacaklar</b>	<b>13.410.589,5</b>	<b>36,0</b>	<b>22,0</b>	<b>18.657.255,6</b>	<b>35,6</b>	<b>21,0</b>	<b>22.226.485,8</b>	<b>35,8</b>	<b>20,5</b>
1-Alıcılar	11.116.228,6	29,8	18,3	15.658.141,9	29,9	17,6	18.214.305,8	29,4	16,8
2-Alacak Senetleri	2.171.625,2	5,8	3,6	2.784.875,2	5,3	3,1	3.725.889,1	6,0	3,4
3-Alacak Senetleri Reeskontu (-)	(159.427,2)	(0,4)	(0,3)	(194.721,0)	(0,4)	(0,2)	(192.993,1)	(0,3)	(0,2)
4-Verilen Depozito ve Teminatlar	37.628,9	0,1	0,1	54.841,5	0,1	0,1	67.997,4	0,1	0,1
5-Diğer Ticari Alacaklar	208.266,6	0,6	0,3	324.111,6	0,6	0,4	349.642,9	0,6	0,3
6-Şüpheli Ticari Alacaklar	312.405,4	0,8	0,5	357.835,9	0,7	0,4	468.069,0	0,8	0,4
7-Şüpheli Ticari Alacak Karş.(-)	(276.138,0)	(0,7)	(0,5)	(327.829,6)	(0,6)	(0,4)	(406.425,3)	(0,7)	(0,4)
<b>D-Diğer Alacaklar</b>	<b>2.040.931,7</b>	<b>5,5</b>	<b>3,4</b>	<b>2.467.293,3</b>	<b>4,7</b>	<b>2,8</b>	<b>2.441.712,8</b>	<b>3,9</b>	<b>2,3</b>
1-Ortaklardan Alacaklar	379.565,1	1,0	0,6	445.454,9	0,8	0,5	665.746,9	1,1	0,6
2-İştiraklerden Alacaklar	196.059,4	0,5	0,3	201.240,5	0,4	0,2	236.151,6	0,4	0,2
3-Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	503.520,7	1,4	0,8	605.574,2	1,2	0,7	495.252,4	0,8	0,5
4-Personelden Alacaklar	13.227,5	0,0	0,0	30.204,7	0,1	0,0	20.190,6	0,0	0,0
5-Diğer Çeşitli Alacaklar	945.680,0	2,5	1,6	1.173.126,4	2,2	1,3	1.021.001,6	1,6	0,9
6-Diğer Alacak Senetleri Reeskontu (-)	(2.104,4)	(0,0)	(0,0)	(3.460,8)	(0,0)	(0,0)	(130,5)	(0,0)	(0,0)
7-Şüpheli Diğer Alacaklar	27.418,0	0,1	0,0	35.560,8	0,1	0,0	50.979,0	0,1	0,0
8-Şüpheli Diğ. Alacaklar Karş.(-)	(22.434,6)	(0,1)	(0,0)	(20.407,4)	(0,0)	(0,0)	(47.478,9)	(0,1)	(0,0)
<b>E-Stoklar</b>	<b>13.249.993,4</b>	<b>35,5</b>	<b>21,8</b>	<b>19.063.937,3</b>	<b>36,4</b>	<b>21,5</b>	<b>22.792.952,0</b>	<b>36,7</b>	<b>21,1</b>
1-İlk Madde ve Malzeme	5.246.498,1	14,1	8,6	7.593.511,7	14,5	8,5	9.249.147,4	14,9	8,5
2-Yarı Mamüller	1.807.735,4	4,8	3,0	2.371.865,7	4,5	2,7	2.844.712,5	4,6	2,6
3-Mamüller	3.916.995,3	10,5	6,4	5.824.885,9	11,1	6,6	7.155.331,2	11,5	6,6
4-Ticari Mallar	656.174,7	1,8	1,1	972.948,3	1,9	1,1	1.115.311,8	1,8	1,0
5-Diğer Stoklar	393.149,2	1,1	0,6	615.756,7	1,2	0,7	540.328,4	0,9	0,5
6-Stok Değer Düşüklüğü Karş.(-)	(61.797,2)	(0,2)	(0,1)	(48.089,2)	(0,1)	(0,1)	(40.991,6)	(0,1)	(0,0)
7-Verilen Sipariş Avansları	1.291.237,8	3,5	2,1	1.733.058,2	3,3	2,0	1.929.112,3	3,1	1,8
<b>F-Yıllara Yaygın İnş.ve Onarım Maliyetleri</b>	<b>421.841,1</b>	<b>1,1</b>	<b>0,7</b>	<b>602.032,5</b>	<b>1,1</b>	<b>0,7</b>	<b>959.519,8</b>	<b>1,5</b>	<b>0,9</b>
<b>G-Gelecek Aylara ait Giderler ve Gelir Tah.</b>	<b>225.965,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>282.975,0</b>	<b>0,5</b>	<b>0,3</b>	<b>486.568,5</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>
1-Gelecek Aylara Ait Giderler	121.266,8	0,3	0,2	169.177,5	0,3	0,2	340.729,3	0,5	0,3
2-Gelir Tahakkukları	104.698,4	0,3	0,2	113.797,5	0,2	0,1	145.839,2	0,2	0,1

## (EK : 1) devam

<b>H-Diğer Dönen Varlıklar</b>	<b>1.522.165,5</b>	<b>4,1</b>	<b>2,5</b>	<b>2.208.926,4</b>	<b>4,2</b>	<b>2,5</b>	<b>2.368.011,4</b>	<b>3,8</b>	<b>2,2</b>
1-Devreden Katma Değer Vergisi	298.921,0	0,8	0,5	437.596,2	0,8	0,5	508.247,1	0,8	0,5
2-İndirilecek Katma Değer Vergisi	106.262,1	0,3	0,2	94.321,4	0,2	0,1	72.866,3	0,1	0,1
3-Diğer Katma Değer Vergisi	353.848,0	0,9	0,6	329.062,2	0,6	0,4	474.527,6	0,8	0,4
4-Peşin Ödenen Vergiler ve Fonlar	227.420,9	0,6	0,4	260.637,1	0,5	0,3	283.918,8	0,5	0,3
5-İş Avansları	46.922,9	0,1	0,1	73.675,9	0,1	0,1	81.098,4	0,1	0,1
6-Personel Avansları	17.325,1	0,0	0,0	16.062,5	0,0	0,0	19.504,8	0,0	0,0
7-Sayım ve Tesellüm Noksanları	711,3	0,0	0,0	513,7	0,0	0,0	1.154,0	0,0	0,0
8-Diğer Çeşitli Dönen Varlıklar	472.071,3	1,3	0,8	1.000.403,5	1,9	1,1	929.931,9	1,5	0,9
9-Diğer Dönen Varlıklar Karş.(-)	(1.317,1)	(0,0)	(0,0)	(3.346,1)	(0,0)	(0,0)	(3.237,3)	(0,0)	(0,0)
<b>II-DURAN VARLIKLAR</b>	<b>23.574.685,0</b>	<b>100,0</b>	<b>38,7</b>	<b>36.388.784,9</b>	<b>100,0</b>	<b>41,0</b>	<b>46.128.240,8</b>	<b>100,0</b>	<b>42,6</b>
<b>A-Ticari Alacaklar</b>	<b>76.669,3</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>85.665,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>123.054,2</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>
1-Alıcılar	51.221,3	0,2	0,1	50.421,1	0,1	0,1	67.072,4	0,1	0,1
2-Alacak Senetleri	13.043,7	0,1	0,0	20.674,9	0,1	0,0	37.996,1	0,1	0,0
3-Alacak Senetleri Reeskontu (-)	(1.213,0)	(0,0)	(0,0)	(1.402,8)	(0,0)	(0,0)	(2.444,6)	(0,0)	(0,0)
4-Verilen Depozito ve Teminatlar	11.324,8	0,0	0,0	15.003,6	0,0	0,0	17.226,5	0,0	0,0
5-Diğer Ticari Alacaklar	2.289,0	0,0	0,0	625,6	0,0	0,0	2.618,3	0,0	0,0
6-Şüpheli Ticari Alacaklar	3.855,3	0,0	0,0	2.755,6	0,0	0,0	3.907,0	0,0	0,0
7-Şüpheli Alacaklar Karş. (-)	(3.851,9)	(0,0)	(0,0)	(2.413,0)	(0,0)	(0,0)	(3.321,5)	(0,0)	(0,0)
<b>B-Diğer Alacaklar</b>	<b>736.652,1</b>	<b>3,1</b>	<b>1,2</b>	<b>815.086,0</b>	<b>2,2</b>	<b>0,9</b>	<b>1.050.099,2</b>	<b>2,3</b>	<b>1,0</b>
1-Ortaklardan Alacaklar	52.089,7	0,2	0,1	68.789,8	0,2	0,1	95.481,3	0,2	0,1
2-İştiraklerden Alacaklar	39.308,8	0,2	0,1	58.751,2	0,2	0,1	130.176,6	0,3	0,1
3-Bağlı Ortaklıklardan Alacaklar	36.069,6	0,2	0,1	11.308,4	0,0	0,0	40.278,2	0,1	0,0
4-Personelden Alacaklar	181,3	0,0	0,0	906,5	0,0	0,0	12.160,0	0,0	0,0
5-Diğer Çeşitli Alacaklar	611.850,9	2,6	1,0	676.881,4	1,9	0,8	773.577,0	1,7	0,7
6-Diğ. Alacak Senet.Reeskontu (-)	(1.259,8)	(0,0)	(0,0)	0,0	0,0	0,0	(51,3)	(0,0)	(0,0)
7-Şüpheli Alacaklar Karş. (-)	(1.588,4)	(0,0)	(0,0)	(1.551,3)	(0,0)	(0,0)	(1.522,5)	(0,0)	(0,0)
<b>C-Mali Duran Varlıklar</b>	<b>3.007.931,8</b>	<b>12,8</b>	<b>4,9</b>	<b>5.245.417,3</b>	<b>14,4</b>	<b>5,9</b>	<b>7.238.950,1</b>	<b>15,7</b>	<b>6,7</b>
1-Bağlı Menkul Kıymetler	91.068,9	0,4	0,1	357.967,1	1,0	0,4	432.134,8	0,9	0,4
2-Bağlı Men.Kıy.Değ.Düş.Karş.(-)	(500,9)	(0,0)	(0,0)	(1.238,1)	(0,0)	(0,0)	(626,5)	(0,0)	(0,0)
3-İştirakler	1.769.942,5	7,5	2,9	2.515.661,0	6,9	2,8	3.115.505,0	6,8	2,9
4-İştiraklere Serm.Taahhütleri (-)	(47.858,7)	(0,2)	(0,1)	(97.762,6)	(0,3)	(0,1)	(87.536,6)	(0,2)	(0,1)
5-İst.Serm.Payları Değ.Düş.Karş.(-)	(7.488,2)	(0,0)	(0,0)	(11.898,4)	(0,0)	(0,0)	(31.199,9)	(0,1)	(0,0)
6-Bağlı Ortaklıklar	1.258.953,6	5,3	2,1	2.459.929,9	6,8	2,8	3.810.785,9	8,3	3,5
7-Bağlı Ort. Sermaye Taah. (-)	(61.815,3)	(0,3)	(0,1)	(33.363,5)	(0,1)	(0,0)	(80.081,1)	(0,2)	(0,1)
8-Bağ.Ort.Serm.Payı Değ.Düş.Karş.(-)	(33.787,5)	(0,1)	(0,1)	(32.319,8)	(0,1)	(0,0)	(38.163,4)	(0,1)	(0,0)
9-Diğer Mali Duran Varlıklar	39.417,3	0,2	0,1	88.454,6	0,2	0,1	118.131,9	0,3	0,1
10-Diğ.Mali Dur. Var. Değ.Düş.Karş. (-)	0,0	0,0	0,0	(13,0)	(0,0)	(0,0)	0,0	0,0	0,0
<b>D-Maddi Duran Varlıklar</b>	<b>19.032.410,3</b>	<b>80,7</b>	<b>31,3</b>	<b>29.132.010,8</b>	<b>80,1</b>	<b>32,8</b>	<b>36.199.045,4</b>	<b>78,5</b>	<b>33,5</b>
1-Arazi ve Arsalar	651.946,4	2,8	1,1	1.789.897,0	4,9	2,0	2.064.120,4	4,5	1,9
2-Yer Altı ve Yer Üstü Düzenleri	769.340,9	3,3	1,3	1.310.625,3	3,6	1,5	1.750.989,7	3,8	1,6
3-Binalar	6.180.725,9	26,2	10,2	9.867.188,3	27,1	11,1	13.153.355,9	28,5	12,2
4-Tesis, Makina ve Cihazlar	25.538.322,6	108,3	42,0	38.876.068,5	106,8	43,8	50.034.534,9	108,5	46,2
5-Taahhütler	1.094.490,3	4,6	1,8	1.508.975,4	4,1	1,7	1.961.923,2	4,3	1,8
6-Demirbaşlar	1.394.310,2	5,9	2,3	2.142.952,2	5,9	2,4	2.924.412,7	6,3	2,7
7-Diğer Maddi Duran Varlıklar	381.396,6	1,6	0,6	648.749,5	1,8	0,7	1.192.949,6	2,6	1,1
8-Birikmiş Amortismanlar (-)	(18.742.520,2)	(79,5)	(30,8)	(29.560.999,8)	(81,2)	(33,3)	(40.082.146,3)	(86,9)	(37,0)

## (EK : 1) devam

9-Yapılmakta Olan Yatırımlar	1.497.239,3	6,4	2,5	2.067.275,8	5,7	2,3	2.628.679,2	5,7	2,4
10-Verilen Avanslar	267.158,2	1,1	0,4	481.278,7	1,3	0,5	570.226,1	1,2	0,5
<b>E-Maddi Olmayan Duran Varlıklar</b>	<b>374.179,7</b>	<b>1,6</b>	<b>0,6</b>	<b>627.812,2</b>	<b>1,7</b>	<b>0,7</b>	<b>906.386,4</b>	<b>2,0</b>	<b>0,8</b>
1-Haklar	82.083,0	0,3	0,1	109.739,2	0,3	0,1	236.318,7	0,5	0,2
2-Şerefiye	41.657,3	0,2	0,1	59.475,1	0,2	0,1	61.215,0	0,1	0,1
3-Kuruluş ve Örgütlenme Giderleri	19.337,1	0,1	0,0	26.271,0	0,1	0,0	33.186,3	0,1	0,0
4-Araştırma ve Geliştirme Giderleri	46.470,3	0,2	0,1	105.363,8	0,3	0,1	128.650,9	0,3	0,1
5-Özel Maliyetler	172.242,4	0,7	0,3	316.683,8	0,9	0,4	492.714,7	1,1	0,5
6-Diğ. Maddi Olmayan Duran Varlıklar	138.154,8	0,6	0,2	226.411,2	0,6	0,3	338.944,8	0,7	0,3
7-Birikmiş Amortismanlar (-)	(130.862,3)	(0,6)	(0,2)	(218.463,4)	(0,6)	(0,2)	(387.104,1)	(0,8)	(0,4)
8-Verilen Avanslar	5.097,1	0,0	0,0	2.331,5	0,0	0,0	2.460,0	0,0	0,0
<b>F-Özel Tükenmeye Tabi Varlıklar</b>	<b>10.300,7</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>15.101,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>48.524,8</b>	<b>0,1</b>	<b>0,0</b>
1-Arama Giderleri	110,3	0,0	0,0	533,5	0,0	0,0	670,2	0,0	0,0
2-Hazırlık ve Geliştirme Giderleri	14.963,2	0,1	0,0	15.807,9	0,0	0,0	27.335,8	0,1	0,0
3-Diğer Özel Tükenmeye Tabi Varlıklar	11.462,4	0,0	0,0	15.641,5	0,0	0,0	38.954,7	0,1	0,0
4-Birikmiş Tükenme Payları (-)	(16.257,1)	(0,1)	(0,0)	(17.572,7)	(0,0)	(0,0)	(18.574,9)	(0,0)	(0,0)
5-Verilen Avanslar	21,8	0,0	0,0	691,6	0,0	0,0	139,1	0,0	0,0
<b>G-Gelecek Yıllara ait Giderler ve Gelir Tah.</b>	<b>169.896,1</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>230.029,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>	<b>285.941,2</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>
1-Gelecek Yıllara Ait Giderler	166.139,7	0,7	0,3	221.090,2	0,6	0,2	276.547,2	0,6	0,3
2-Gelir Tahakkukları	3.756,4	0,0	0,0	8.939,0	0,0	0,0	9.394,0	0,0	0,0
<b>H-Diğer Duran Varlıklar</b>	<b>166.645,0</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>237.662,6</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>276.239,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,3</b>
1-Gelecek Yıllarda İndirilecek KDV	2.591,8	0,0	0,0	4.085,8	0,0	0,0	6.855,2	0,0	0,0
2-Diğer Katma Değer Vergisi	18.818,4	0,1	0,0	24.645,7	0,1	0,0	34.748,7	0,1	0,0
3-Gelecek Yıllar İhtiyacı Stoklar	162,6	0,0	0,0	77,0	0,0	0,0	377,7	0,0	0,0
4-Elden Çıkarılan Stok.ve Maddi Duran Varlık.	1.941,9	0,0	0,0	1.633,3	0,0	0,0	8.638,6	0,0	0,0
5-Peşin Ödenen Vergiler ve Fonlar	23.753,3	0,1	0,0	41.709,6	0,1	0,0	58.641,5	0,1	0,1
6-Diğer Çeşitli Duran Varlıklar	119.743,6	0,5	0,2	165.928,7	0,5	0,2	171.616,5	0,4	0,2
7-Stok Değer Düşüklüğü Karş. (-)	(28,2)	(0,0)	(0,0)	(64,9)	(0,0)	(0,0)	(1.165,5)	(0,0)	(0,0)
8-Birikmiş Amortismanlar (-)	(338,5)	(0,0)	(0,0)	(352,6)	(0,0)	(0,0)	(3.473,1)	(0,0)	(0,0)
<b>AKTİF (VARLIKLAR) TOPLAMI</b>	<b>60.862.807,0</b>		<b>100,0</b>	<b>88.823.044,6</b>		<b>100,0</b>	<b>108.185.754,3</b>		<b>100,0</b>

<b>PASİF (KAYNAKLAR)</b>	<b>2001</b>	<b>Grup Yüzde</b>	<b>Pasif Yüzde</b>	<b>2002</b>	<b>Grup Yüzde</b>	<b>Pasif Yüzde</b>	<b>2003</b>	<b>Grup Yüzde</b>	<b>Pasif Yüzde</b>
<b>I-KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR</b>	<b>30.121.234,5</b>	<b>100,0</b>	<b>49,5</b>	<b>39.345.921,7</b>	<b>100,0</b>	<b>44,3</b>	<b>43.706.043,9</b>	<b>100,0</b>	<b>40,4</b>
<b>A-Mali Borçlar</b>	<b>11.077.412,8</b>	<b>36,8</b>	<b>18,2</b>	<b>12.742.806,9</b>	<b>32,4</b>	<b>14,3</b>	<b>13.861.584,6</b>	<b>31,7</b>	<b>12,8</b>
1-Banka Kredileri	9.138.496,2	30,3	15,0	10.726.317,2	27,3	12,1	12.060.294,7	27,6	11,1
2-Uz Vad Krd Anapara Taksit ve Faizleri	1.649.774,9	5,5	2,7	1.700.063,2	4,3	1,9	1.563.197,9	3,6	1,4
3-Tahvil Anapara Borç, Taksit ve Faizleri	0,1	0,0	0,0	653,6	0,0	0,0	1.766,3	0,0	0,0
4-Çıkarılmış Bonolar ve Senetler	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
5-Çıkarılmış Diğer Menkul Kıymetler	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	30,6	0,0	0,0
6-Menkul Kıymetler İhraç Farkı(-)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	(43,0)	(0,0)	(0,0)
7-Diğer Mali Borçlar	289.141,7	1,0	0,5	315.772,8	0,8	0,4	236.338,0	0,5	0,2

## (EK : 1) devam

<b>B-Ticari Borçlar</b>	<b>11.042.954,7</b>	<b>36,7</b>	<b>18,1</b>	<b>15.747.739,7</b>	<b>40,0</b>	<b>17,7</b>	<b>17.805.800,3</b>	<b>40,7</b>	<b>16,5</b>
1-Satıcılar	9.308.239,9	30,9	15,3	13.673.355,6	34,8	15,4	15.274.372,6	34,9	14,1
2-Borç Senetleri	1.262.252,2	4,2	2,1	1.450.975,3	3,7	1,6	1.678.478,2	3,8	1,6
3-Borç Senetleri Reeskontu (-)	(60.341,3)	(0,2)	(0,1)	(46.228,0)	(0,1)	(0,1)	(29.955,9)	(0,1)	(0,0)
4-Alınan Depozito ve Teminatlar	48.184,8	0,2	0,1	45.361,6	0,1	0,1	61.074,7	0,1	0,1
5-Diğer Ticari Borçlar	484.619,0	1,6	0,8	624.275,1	1,6	0,7	821.830,7	1,9	0,8
<b>C-Diğer Borçlar</b>	<b>2.311.880,0</b>	<b>7,7</b>	<b>3,8</b>	<b>3.088.753,6</b>	<b>7,9</b>	<b>3,5</b>	<b>3.198.850,1</b>	<b>7,3</b>	<b>3,0</b>
1-Ortaklara Borçlar	1.040.923,5	3,5	1,7	1.116.726,3	2,8	1,3	1.390.357,0	3,2	1,3
2-İştiraklere Borçlar	76.488,8	0,3	0,1	197.002,0	0,5	0,2	181.500,6	0,4	0,2
3-Bağlı Ortaklıklara Borçlar	343.324,2	1,1	0,6	468.477,8	1,2	0,5	465.085,2	1,1	0,4
4-Personele Borçlar	117.000,9	0,4	0,2	164.887,8	0,4	0,2	218.070,3	0,5	0,2
5-Diğer Çeşitli Borçlar	734.477,9	2,4	1,2	1.142.269,3	2,9	1,3	943.894,6	2,2	0,9
6-Diğer Borç Senet. Reeskontu (-)	(335,3)	(0,0)	(0,0)	(609,5)	(0,0)	(0,0)	(57,6)	(0,0)	(0,0)
<b>D-Alınan Avanslar</b>	<b>1.545.106,8</b>	<b>5,1</b>	<b>2,5</b>	<b>2.149.491,8</b>	<b>5,5</b>	<b>2,4</b>	<b>2.372.176,1</b>	<b>5,4</b>	<b>2,2</b>
1-Alınan Sipariş Avansları	1.474.305,4	4,9	2,4	2.067.846,6	5,3	2,3	2.325.711,2	5,3	2,1
2-Alınan Diğer Avanslar	70.801,4	0,2	0,1	81.645,3	0,2	0,1	46.464,9	0,1	0,0
<b>E-Yıllara Yaygın İnş.ve Onarım Hakedişleri</b>	<b>610.840,9</b>	<b>2,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1.040.261,4</b>	<b>2,6</b>	<b>1,2</b>	<b>1.342.583,6</b>	<b>3,1</b>	<b>1,2</b>
<b>F-Ödenecek Vergi ve Diğer Yükümlülükler</b>	<b>1.307.250,1</b>	<b>4,3</b>	<b>2,1</b>	<b>1.733.639,9</b>	<b>4,4</b>	<b>2,0</b>	<b>2.049.254,5</b>	<b>4,7</b>	<b>1,9</b>
1-Ödenecek Vergi ve Fonlar	959.168,6	3,2	1,6	1.351.606,6	3,4	1,5	1.529.009,8	3,5	1,4
2-Ödenecek Sosyal Güvenlik Kesintileri	187.916,5	0,6	0,3	190.401,1	0,5	0,2	278.340,5	0,6	0,3
3-Vadesi Geçmiş Ertel./ Taksit. Vergi /Diğer Yük.	138.693,5	0,5	0,2	163.947,5	0,4	0,2	211.199,9	0,5	0,2
4-Ödenecek Diğer Yükümlülükler	21.471,4	0,1	0,0	27.684,6	0,1	0,0	30.704,2	0,1	0,0
<b>G-Borç ve Gider Karşılıkları</b>	<b>1.418.560,9</b>	<b>4,7</b>	<b>2,3</b>	<b>2.116.436,6</b>	<b>5,4</b>	<b>2,4</b>	<b>2.139.071,0</b>	<b>4,9</b>	<b>2,0</b>
1-Dönem Karı Vergi ve Diğ. Yasal Yük Karş.	1.139.634,3	3,8	1,9	1.900.626,0	4,8	2,1	2.067.969,9	4,7	1,9
2-Dönem Karı Peşin Vergi ve Diğ. Yüküm (-)	(392.257,4)	(1,3)	(0,6)	(614.294,2)	(1,6)	(0,7)	(800.410,0)	(1,8)	(0,7)
3-Kıdem Tazminatı Karşılığı	17.126,4	0,1	0,0	14.210,5	0,0	0,0	16.403,8	0,0	0,0
4-Maliyet Giderleri Karşılığı	56.220,6	0,2	0,1	59.874,5	0,2	0,1	71.652,4	0,2	0,1
5-Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	597.837,1	2,0	1,0	756.019,7	1,9	0,9	783.455,0	1,8	0,7
<b>H-Gelecek Aylara ait Gelirler ve Gider Tah.</b>	<b>378.290,2</b>	<b>1,3</b>	<b>0,6</b>	<b>413.625,7</b>	<b>1,1</b>	<b>0,5</b>	<b>456.814,3</b>	<b>1,0</b>	<b>0,4</b>
1-Gelecek Aylara Ait Gelirler	66.349,2	0,2	0,1	62.843,1	0,2	0,1	106.528,5	0,2	0,1
2-Gider Tahakkukları	311.941,0	1,0	0,5	350.782,6	0,9	0,4	350.285,9	0,8	0,3
<b>I-Diğer Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar</b>	<b>428.938,1</b>	<b>1,4</b>	<b>0,7</b>	<b>313.166,1</b>	<b>0,8</b>	<b>0,4</b>	<b>479.909,2</b>	<b>1,1</b>	<b>0,4</b>
1-Hesaplanan Katma Değer Vergisi	19.208,3	0,1	0,0	19.086,2	0,0	0,0	20.617,4	0,0	0,0
2-Diğer Katma Değer Vergisi	269.264,5	0,9	0,4	241.023,6	0,6	0,3	259.417,3	0,6	0,2
3-Merkez ve Şubeler Cari Hesabı	26.397,6	0,1	0,0	24.228,3	0,1	0,0	69.054,4	0,2	0,1
4-Sayım ve Tesellüm Fazlaları	382,0	0,0	0,0	394,3	0,0	0,0	539,5	0,0	0,0
5-Diğer Çeşitli Yabancı Kaynaklar	113.685,7	0,4	0,2	28.433,7	0,1	0,0	130.280,6	0,3	0,1
<b>II-UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR</b>	<b>11.005.660,0</b>	<b>100,0</b>	<b>18,1</b>	<b>16.646.528,4</b>	<b>100,0</b>	<b>18,7</b>	<b>17.157.321,1</b>	<b>100,0</b>	<b>15,9</b>
<b>A-Mali Borçlar</b>	<b>7.290.545,7</b>	<b>66,2</b>	<b>12,0</b>	<b>10.724.836,1</b>	<b>64,4</b>	<b>12,1</b>	<b>10.918.967,4</b>	<b>63,6</b>	<b>10,1</b>
1-Banka Kredileri	7.211.896,8	65,5	11,8	10.593.581,8	63,6	11,9	10.241.948,6	59,7	9,5
2-Çıkarılmış Tahviller	966,9	0,0	0,0	106,0	0,0	0,0	1.673,5	0,0	0,0
3-Çıkarılmış Diğer Menkul Kıymetler	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.101,4	0,0	0,0
4-Menkul Kıymetler İhraç Farkı(-)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	(181,5)	(0,0)	(0,0)
5-Diğer Mali Borçlar	77.682,1	0,7	0,1	131.148,3	0,8	0,1	674.425,4	3,9	0,6

## (EK : 1) devam

<b>B-Ticari Borçlar</b>	<b>914.759,3</b>	<b>8,3</b>	<b>1,5</b>	<b>1.250.757,3</b>	<b>7,5</b>	<b>1,4</b>	<b>1.338.887,7</b>	<b>7,8</b>	<b>1,2</b>
1-Satıcılar	610.467,9	5,5	1,0	856.365,9	5,1	1,0	966.650,8	5,6	0,9
2-Borç Senetleri	82.270,6	0,7	0,1	81.776,1	0,5	0,1	116.368,5	0,7	0,1
3-Borç Senetleri Reeskontu (-)	(1.249,6)	(0,0)	(0,0)	(2.375,0)	(0,0)	(0,0)	(3.345,0)	(0,0)	(0,0)
4-Alınan Depozito ve Teminatlar	9.863,0	0,1	0,0	47.610,2	0,3	0,1	46.118,7	0,3	0,0
5-Diğer Ticari Borçlar	213.407,3	1,9	0,4	267.380,2	1,6	0,3	213.094,7	1,2	0,2
<b>C-Diğer Borçlar</b>	<b>790.854,5</b>	<b>7,2</b>	<b>1,3</b>	<b>1.851.698,8</b>	<b>11,1</b>	<b>2,1</b>	<b>1.680.990,7</b>	<b>9,8</b>	<b>1,6</b>
1-Ortaklara Borçlar	470.602,0	4,3	0,8	842.613,0	5,1	0,9	905.824,1	5,3	0,8
2-İştiraklere Borçlar	45.289,6	0,4	0,1	243.025,9	1,5	0,3	4.084,0	0,0	0,0
3-Bağlı Ortaklıklara Borçlar	79.578,9	0,7	0,1	609.770,4	3,7	0,7	545.097,6	3,2	0,5
4-Diğer Çeşitli Borçlar	245.611,5	2,2	0,4	235.765,6	1,4	0,3	178.914,1	1,0	0,2
5-Diğer Borç Senetleri Reeskontu (-)	(85.063,1)	(0,8)	(0,1)	(111.823,2)	(0,7)	(0,1)	(8,0)	(0,0)	(0,0)
6-Kamuya Olan Ertelenmiş ve Taksitlen.Borçlar	34.835,6	0,3	0,1	32.347,1	0,2	0,0	47.078,8	0,3	0,0
<b>D-Alınan Avanslar</b>	<b>593.530,6</b>	<b>5,4</b>	<b>1,0</b>	<b>763.242,9</b>	<b>4,6</b>	<b>0,9</b>	<b>793.624,5</b>	<b>4,6</b>	<b>0,7</b>
1-Alınan Sipariş Avansları	592.838,0	5,4	1,0	761.047,1	4,6	0,9	791.682,0	4,6	0,7
2-Alınan Diğer Avanslar	692,6	0,0	0,0	2.195,8	0,0	0,0	1.942,5	0,0	0,0
<b>E-Borç ve Gider Karşılıkları</b>	<b>1.340.762,5</b>	<b>12,2</b>	<b>2,2</b>	<b>1.883.069,7</b>	<b>11,3</b>	<b>2,1</b>	<b>2.259.047,9</b>	<b>13,2</b>	<b>2,1</b>
1-Kıdem Tazminatı Karşılıkları	1.255.326,8	11,4	2,1	1.704.024,5	10,2	1,9	2.016.104,6	11,8	1,9
2-Diğer Borç ve Gider Karşılıkları	85.435,7	0,8	0,1	179.045,2	1,1	0,2	242.943,3	1,4	0,2
<b>F-Gelecek Yıllara ait Gelirler ve Gider Tah.</b>	<b>53.723,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,1</b>	<b>131.914,8</b>	<b>0,8</b>	<b>0,1</b>	<b>128.263,8</b>	<b>0,7</b>	<b>0,1</b>
1-Gelecek Yıllara Ait Gelirler	18.474,6	0,2	0,0	26.085,7	0,2	0,0	56.234,7	0,3	0,1
2-Gider Tahakkukları	35.248,9	0,3	0,1	105.829,1	0,6	0,1	72.029,2	0,4	0,1
<b>G-Diğer Uzun Vadeli Yabancı Kaynaklar</b>	<b>21.483,9</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>41.008,8</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>37.539,0</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>
1-Gelecek Yıllara Ertelenen/Terkin Ed.KDV	6.991,3	0,1	0,0	19.628,6	0,1	0,0	23.083,3	0,1	0,0
2-Tesise Katılma Payları	137,0	0,0	0,0	70,0	0,0	0,0	114,5	0,0	0,0
3-Diğ.Çeş.Uzun Vadeli Yab Kaynaklar	14.355,7	0,1	0,0	21.310,2	0,1	0,0	14.341,2	0,1	0,0
<b>III-ÖZ KAYNAKLAR</b>	<b>19.735.912,5</b>	<b>100,0</b>	<b>32,4</b>	<b>32.830.594,6</b>	<b>100,0</b>	<b>37,0</b>	<b>47.322.389,4</b>	<b>100,0</b>	<b>43,7</b>
<b>A-Ödenmiş Sermaye</b>	<b>9.840.063,4</b>	<b>49,9</b>	<b>16,2</b>	<b>15.902.756,1</b>	<b>48,4</b>	<b>17,9</b>	<b>23.842.351,9</b>	<b>50,4</b>	<b>22,0</b>
1-Sermaye	10.363.756,3	52,5	17,0	16.482.697,1	50,2	18,6	24.928.170,5	52,7	23,0
2-Ödenmemiş Sermaye (-)	(523.692,9)	(2,7)	(0,9)	(579.941,0)	(1,8)	(0,7)	(1.085.818,6)	(2,3)	(1,0)
<b>B-Sermaye Yedekleri</b>	<b>10.425.416,1</b>	<b>52,8</b>	<b>17,1</b>	<b>16.244.141,4</b>	<b>49,5</b>	<b>18,3</b>	<b>19.529.526,0</b>	<b>41,3</b>	<b>18,1</b>
1-Hisse Senedi İhraç Primleri	209.310,3	1,1	0,3	245.714,2	0,7	0,3	326.261,5	0,7	0,3
2-Hisse Senedi İptal Karları	7.354,1	0,0	0,0	29.868,2	0,1	0,0	361,6	0,0	0,0
3-M.D.V. Yeniden Değerleme Artışları	8.942.521,3	45,3	14,7	14.335.496,3	43,7	16,1	16.660.697,1	35,2	15,4
4-İştirakler Yeniden Değerleme Artışları	540.767,7	2,7	0,9	730.247,1	2,2	0,8	1.128.410,5	2,4	1,0
5-Diğer Sermaye Yedekleri	725.462,7	3,7	1,2	902.815,6	2,7	1,0	1.413.795,3	3,0	1,3
<b>C-Kar Yedekleri</b>	<b>2.306.453,7</b>	<b>11,7</b>	<b>3,8</b>	<b>3.232.347,3</b>	<b>9,8</b>	<b>3,6</b>	<b>4.925.536,4</b>	<b>10,4</b>	<b>4,6</b>
1-Yasal Yedekler	478.031,3	2,4	0,8	663.584,4	2,0	0,7	1.087.153,8	2,3	1,0
2-Statü Yedekleri	38.989,1	0,2	0,1	67.627,8	0,2	0,1	72.285,6	0,2	0,1
3-Olağanüstü Yedekler	1.545.973,9	7,8	2,5	2.025.646,2	6,2	2,3	3.022.596,7	6,4	2,8
4-Diğer Kar Yedekleri	51.264,7	0,3	0,1	178.173,6	0,5	0,2	141.227,8	0,3	0,1
5-Özel Fonlar	192.194,7	1,0	0,3	297.315,3	0,9	0,3	602.272,5	1,3	0,6
<b>D-Geçmiş Yıllar Karları</b>	<b>520.382,1</b>	<b>2,6</b>	<b>0,9</b>	<b>649.950,0</b>	<b>2,0</b>	<b>0,7</b>	<b>1.206.595,4</b>	<b>2,5</b>	<b>1,1</b>
<b>E-Geçmiş Yıllar Zararları (-)</b>	<b>(2.333.911,4)</b>	<b>(11,8)</b>	<b>(3,8)</b>	<b>(6.183.002,4)</b>	<b>(18,8)</b>	<b>(7,0)</b>	<b>(7.750.822,2)</b>	<b>(16,4)</b>	<b>(7,2)</b>



## (EK : 1) devam

<b>F-Dönem Net Karı (Zararı)</b>	<b>(1.022.491,3)</b>	<b>(5,2)</b>	<b>(1,7)</b>	<b>2.984.402,2</b>	<b>9,1</b>	<b>3,4</b>	<b>5.569.202,0</b>	<b>11,8</b>	<b>5,1</b>
1-Dönem Net Karı	2.886.394,4	14,6	4,7	5.069.332,3	15,4	5,7	7.188.019,2	15,2	6,6
2-Dönem Net Zararı (-)	(3.908.885,7)	(19,8)	(6,4)	(2.084.930,1)	(6,4)	(2,3)	(1.618.817,2)	(3,4)	(1,5)
<b>PASİF (KAYNAKLAR) TOPLAMI</b>	<b>60.862.807,0</b>		<b>100,0</b>	<b>88.823.044,6</b>		<b>100,0</b>	<b>108.185.754,3</b>		<b>100,0</b>
<b>Firma Sayısı</b>	<b>3.743</b>			<b>3.743</b>			<b>3.743</b>		

Kaynak: <http://www2.tcmb.gov.tr/sektor/2004/Tablolar/d12.xls>

(EK : 2)

**İmalat Sanayii 2001 - 2002 – 2003 Yılları Gelir Tablosu**  
(000 YTL)

	2001	(%)	2002	(%)	2003	(%)
<b>A-BRÜT SATIŞLAR</b>	<b>81.885.427,9</b>	<b>112,1</b>	<b>120.137.008,1</b>	<b>113,6</b>	<b>152.726.400,0</b>	<b>114,5</b>
1-Yurt İçi Satışlar	55.295.271,4	75,7	84.331.954,4	79,7	109.295.733,3	81,9
2-Yurt Dışı Satışlar	24.909.155,3	34,1	34.361.648,1	32,5	41.946.531,0	31,4
3-Diğer Gelirler	1.681.001,2	2,3	1.443.405,6	1,4	1.484.135,8	1,1
<b>B-SATIŞ İNDİRİMLERİ (-)</b>	<b>(8.865.908,1)</b>	<b>(12,1)</b>	<b>(14.349.650,1)</b>	<b>(13,6)</b>	<b>(19.311.952,4)</b>	<b>(14,5)</b>
1-Satıştan İadeler (-)	(743.429,7)	(1,0)	(952.515,3)	(0,9)	(1.255.290,6)	(0,9)
2-Satış İskontoları (-)	(1.823.294,5)	(2,5)	(2.983.264,4)	(2,8)	(4.124.707,0)	(3,1)
3-Diğer İndirimler (-)	(6.299.184,0)	(8,6)	(10.413.870,3)	(9,8)	(13.931.954,9)	(10,4)
<b>C-NET SATIŞLAR</b>	<b>73.019.519,8</b>	<b>100,0</b>	<b>105.787.358,0</b>	<b>100,0</b>	<b>133.414.447,6</b>	<b>100,0</b>
<b>D-SATIŞLARIN MALİYETİ (-)</b>	<b>(57.558.335,7)</b>	<b>(78,8)</b>	<b>(85.834.309,6)</b>	<b>(81,1)</b>	<b>(111.963.491,1)</b>	<b>(83,9)</b>
1-Satılan Mamuller Maliyeti (-)	(50.367.046,6)	(69,0)	(76.322.904,2)	(72,1)	(98.165.139,7)	(73,6)
2-Satılan Ticari Mallar Maliyeti (-)	(5.922.924,5)	(8,1)	(7.829.018,9)	(7,4)	(11.657.783,5)	(8,7)
3-Satılan Hizmet Maliyeti (-)	(815.164,5)	(1,1)	(1.014.135,5)	(1,0)	(1.323.572,8)	(1,0)
4-Diğer Satışların Maliyeti (-)	(453.200,1)	(0,6)	(668.251,1)	(0,6)	(816.995,1)	(0,6)
<b>BRÜT SATIŞ KARI VEYA ZARARI</b>	<b>15.461.184,1</b>	<b>21,2</b>	<b>19.953.048,4</b>	<b>18,9</b>	<b>21.450.956,5</b>	<b>16,1</b>
<b>E-FAALİYET GİDERLERİ (-)</b>	<b>(7.533.327,0)</b>	<b>(10,3)</b>	<b>(11.115.779,3)</b>	<b>(10,5)</b>	<b>(14.180.492,8)</b>	<b>(10,6)</b>
1- Araştırma ve Geliştirme Gid. (-)	(200.251,4)	(0,3)	(351.147,9)	(0,3)	(445.979,9)	(0,3)
2-Pazarlama,Satış ve Dağıtım Gid.(-)	(3.730.872,8)	(5,1)	(5.862.309,2)	(5,5)	(7.559.177,8)	(5,7)
3-Genel Yönetim Giderleri (-)	(3.602.202,8)	(4,9)	(4.902.322,2)	(4,6)	(6.175.335,1)	(4,6)
<b>FAALİYET KARI VEYA ZARARI</b>	<b>7.927.857,1</b>	<b>10,9</b>	<b>8.837.269,1</b>	<b>8,4</b>	<b>7.270.463,8</b>	<b>5,4</b>
<b>F-DİĞER FAAL.OLAĞAN GELİR VE KARLAR</b>	<b>7.186.491,5</b>	<b>9,8</b>	<b>7.250.666,4</b>	<b>6,9</b>	<b>8.949.675,8</b>	<b>6,7</b>
1-İştiraklerden Temettü Gelirleri	72.426,4	0,1	106.738,1	0,1	165.387,0	0,1
2-Bağlı Ortaklıklardan Temettü Gelir	61.799,7	0,1	83.353,2	0,1	113.350,9	0,1
3-Faiz Gelirleri	2.047.787,4	2,8	1.695.091,3	1,6	1.603.541,9	1,2
4-Komisyon Gelirleri	56.632,6	0,1	55.249,2	0,1	80.814,1	0,1
5-Konusu Kalmayan Karşılıklar	30.696,4	0,0	55.938,9	0,1	83.923,7	0,1
6-Menkul Kıymet Satış Karları	245.418,4	0,3	138.568,2	0,1	144.972,3	0,1
7-Kambiyo Karları	2.418.650,8	3,3	2.504.443,0	2,4	3.936.176,1	3,0
8-Reeskont Faiz Gelirleri	206.652,6	0,3	195.455,2	0,2	117.380,3	0,1
9-Diğer Olağan Gelir ve Karlar	2.046.427,2	2,8	2.415.829,2	2,3	2.704.129,5	2,0
<b>G-DİĞER FAAL.OLAĞAN GİDER VE ZARAR (-)</b>	<b>(3.525.785,4)</b>	<b>(4,8)</b>	<b>(3.561.743,4)</b>	<b>(3,4)</b>	<b>(3.979.209,0)</b>	<b>(3,0)</b>
1-Komisyon Giderleri (-)	(47.901,2)	(0,1)	(53.944,2)	(0,1)	(49.392,7)	(0,0)
2-Karşılık Giderleri (-)	(243.555,4)	(0,3)	(217.424,8)	(0,2)	(261.989,5)	(0,2)
3-Menkul Kıymet Satış Zararları (-)	(27.563,2)	(0,0)	(21.968,8)	(0,0)	(22.755,7)	(0,0)
4-Kambiyo Zararları (-)	(1.772.300,1)	(2,4)	(1.649.851,0)	(1,6)	(1.835.679,2)	(1,4)
5-Reeskont Faiz Giderleri (-)	(109.230,2)	(0,1)	(79.384,6)	(0,1)	(112.516,9)	(0,1)
6-Diğer Olağan Gider ve Zararlar (-)	(1.325.235,3)	(1,8)	(1.539.170,0)	(1,5)	(1.696.875,1)	(1,3)
<b>H-FİNANSMAN GİDERLERİ (-)</b>	<b>(11.233.022,8)</b>	<b>(15,4)</b>	<b>(7.361.478,5)</b>	<b>(7,0)</b>	<b>(4.099.073,7)</b>	<b>(3,1)</b>
1-Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	(8.515.285,1)	(11,7)	(5.468.431,6)	(5,2)	(3.247.144,7)	(2,4)
2-Uzun Vadeli Borçlanma Giderleri (-)	(2.717.737,8)	(3,7)	(1.893.046,9)	(1,8)	(851.929,0)	(0,6)
<b>OLAĞAN KAR VEYA ZARAR</b>	<b>355.540,4</b>	<b>0,5</b>	<b>5.164.713,6</b>	<b>4,9</b>	<b>8.141.856,9</b>	<b>6,1</b>
<b>I-OLAĞANDIŞI GELİR VE KARLAR</b>	<b>664.276,6</b>	<b>0,9</b>	<b>954.579,2</b>	<b>0,9</b>	<b>922.893,8</b>	<b>0,7</b>
1-Önceki Dönem Gelir ve Karları	48.955,1	0,1	109.657,8	0,1	116.443,2	0,1
2-Diğer Olağandışı Gelir ve Karlar	615.321,5	0,8	844.921,4	0,8	806.450,6	0,6

## (EK : 2) devam

<b>J-OLAĞANDIŞI GİDER VE ZARARLAR(-)</b>	<b>(902.671,9) (1,2)</b>	<b>(1.234.264,6) (1,2)</b>	<b>(1.427.578,9) (1,1)</b>
1-Çalışmayan Kısım Gider ve Zarar.(-)	(539.249,0) (0,7)	(622.166,9) (0,6)	(631.637,2) (0,5)
2-Önceki Dönem Gid.ve Zararları (-)	(115.983,3) (0,2)	(167.992,2) (0,2)	(170.361,2) (0,1)
3-Diğer Olağandışı Gider ve Zarar.(-)	(247.439,7) (0,3)	(444.105,5) (0,4)	(625.580,5) (0,5)
<b>DÖNEM KAR VEYA ZARARI</b>	<b>117.142,9 0,2</b>	<b>4.885.028,2 4,6</b>	<b>7.637.171,8 5,7</b>
1-Dönem Karı	4.015.564,6 5,5	6.958.058,2 6,6	9.240.776,5 6,9
2-Dönem Zararı (-)	(3.898.421,7) (5,3)	(2.073.030,0) (2,0)	(1.603.604,6) (1,2)
<b>K-DÖNEM KARI VERGİ/ Diğ. YASAL YÜK.KARŞ. (-)</b>	<b>(1.139.634,3) (1,6)</b>	<b>(1.900.626,0) (1,8)</b>	<b>(2.067.969,9) (1,6)</b>
<b>DÖNEM NET KAR VEYA ZARARI</b>	<b>(1.022.491,3) (1,4)</b>	<b>2.984.402,2 2,8</b>	<b>5.569.202,0 4,2</b>
<b>Firma Sayısı</b>	<b>3.743</b>	<b>3.743</b>	<b>3.743</b>

Kaynak: <http://www2.tcmb.gov.tr/sector/2004/Tablolar/d13.xls>

## ÖZGEÇMİŞ

M. Esra ATUKALP 03.07.1980 tarihinde Gümüşhane’de doğdu. 1986-1991 yılları arasında Gümüşhane Merkez Gazipaşa İlkokulu’nda ilköğrenimini, 1991-1998 yılları arasında Gümüşhane Ali Fuat Kadirbeyoğlu Anadolu Lisesi’nde ortaokul ve lise eğitimini tamamladı. 1999 yılında başladığı Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü lisans eğitimini 2003 yılında tamamladı. Aynı yıl, yabancı dil hazırlık programından muaf olarak başladığı, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı’nda yüksek lisans eğitimine devam etmektedir. Yabancı dili İngilizce’dir.

