

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



**ALACAK YÖNETİMİ VE KARLILIK ARASINDAKİ İLŞKİNİN
BELİRLENMESİ, SOMALİ PUNTLAND’DE**

BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Doç.Dr.Ibrahim AKSU

HAZIRLAYAN

Fardowsa Said Farah

MALATYA-2016

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ALACAK YÖNETİMİ VE KARLILIK ARASINDAKİ İLŞKİNİN
BELİRLENMESİ, SOMALİ PUNTLAND'DE BİR UYGULAMA
YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. İbrahim Aksu

HAZIRLAYAN
Fardowsa Said Farah

Fardowsa Said Farah tarafından hazırlanan, Alacak Yönetimi ve Karlılık Arasındaki İlşkinin Belirlenmesi, Somali Puntland'de bir Uygulama, adlı bu çalışma, 01.02.2016 tarihinde yapılan savunma sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından, Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyelerinin Unvan Ad Soyadı imzası

1. Doç. Dr. İbrahim AKSU

2. Prof. Dr. Recep Güneş

3. Yrd.Doç. Dr. Özcan Demir

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih ve sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Mehmet KARAGÖZ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezimin sadece İnönü Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.

Tezimin yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

.../.../...

Fardowsa Said FARAH

TEŞEKKÜR

Öncelikle bu tezin tamamlanmasını sağlayan Yüce Allah’a şükranlarımı sunarım. İkinci olarak bu tezi tamamlamamda katkıları için danışmanım, Doç.Dr. İbrahim AKSU’ya teşekkür etmek istiyorum. Üçüncü olarak Türkçe çevirime yardımcı olan sevgili arkadaşım Ebru TURAN’a teşekkür ediyorum. Maddi ve manevi olarak bana destek olan eşim Sayın Abdirahman Jama HASHİ’ye, SPSS programı için kuzenim Salma Mohamud SAİD’e teşekkür ediyorum. Son olarak, bana zaman ayıran anket katılımcılarına katkılarından dolayı teşekkür ediyorum.



ÖZET

Bu çalışma, Somali Puntland Eyaleti, Garowe başkentinde faaliyet gösteren 3 üretim şirketinin kredi yönetimi ve karlılıkları arasındaki ilişkiyi anlamak için yapılmıştır. Seçilen şirketler, Nugal Su Şirketi, Farjano Maden Suyu Şirketi ve Jubba Saf Mineralli Sular Şirketi'dir. Bu şirketlerin seçilme nedeni, söz konusu şirketlerin ticari kredi finansmanının kısa vadeli bir kaynak ve bazen ödenecek faturalar biçimini almasıdır. Bu araştırmanın amacı, seçilen şirketlerin karlılığı üzerindeki kredi yönetiminin etkilerini gösremenin yanı sıra diğerleri arasında ticari kredinin etkin ve verimli yönetim aracı olarak kullanılmasının avantajlarını vurgulamaktır. Bu çalışma, Eylül 2014- 2015 dönemini kapsamaktadır. Araştırma enstrümanı olarak istenen sonucu elde etmek amacıyla anket kullanılmıştır. Çalışmanın bulguları ve sonuçları ışığında, birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kredi Yönetimi, Alacak Hesapları Yönetimi, Ticari Kredi

ABSTRACT

The study will mean to establish the relationship between credit management and profitability of 3 selected manufacturing companies in Garowe capital city of Puntland State of Somalia. Our selected companies are Nugal Water Company, Farjano Mineral Water Company and Jubba Pure Mineral Water Company. This is because; trade credit is a short term source of finance and sometimes take the form of bills payable. The objective of this research study is to highlight the effects of the credit management on the profitability of the selected companies as well as to highlight the advantages of effective and efficient management of trade credit amongst others. This study covers the period between September 2014 up to 2015. Questionnaires are used as research instrument for the purpose of obtaining the desired result. In treating and analyzing the data collected, an extensive use of tabular information and percentages will be of great importance. In the light of the findings and conclusions of this work, there will be recommendations.

Key Words: Credit Manangment, Accounts Receivables Manangment, Trade Credit

İÇİNDEKİLER

BİLDİRİM.....	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT.....	vi

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1. ÇALIŞMANIN ARKAPLANI.....	1
1.1. Problemin İfade Edilmesi.....	2
1.2. Çalışmanın Amacı.....	3
1.3. Araştırmanın Amaçları.....	3
1.4. Araştırma Soruları	3
1.5. Hipotezler	4
1.6. Çalışmanın Kapsamı.....	4
1.7. Çalışmanın Önemi	4
1.8. Anahtar Terimlerin Operasyonel Tanımları	5
1.9. Puntland'ın Özellikleri.....	6

İKİNCİ BÖLÜM

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ.....	7
2.1. Alacak Hesapları Yönetimine Bakış	8
2.1.1. Alacak Hesapları.....	10
2.1.2. Alacak Hesapları Yönetiminin Amaçları	11
2.1.3. Alacak Hesaplarına Yatırımın Gerekçesi.....	13
2.1.4. Alacak Hesapları Yönetim Politikası	14
2.1.5. Alacakların Büyüklüğünü Etkileyen Faktörler	17
2.2. Ticari Kredi	20
2.2.1. Kredi Politikası	21
2.2.2. Kredi Limiti.....	22
2.2.3. Kredi Analizi	23
2.2.4. Müşteri Analizi.....	23
2.2.5. Kredi Standartları	24
2.2.6. Fiyat İskontoları.....	25
2.3. Tahsilat Politikası	25
2.3.1. Kredi Tahsilat Prosedürü	26
2.3.2. Faturalama Süreci	27
2.3.3. Faturalama ve Kredi Tahsil İşlemi	28
2.4. Karlılık.....	28
2.4.1. Karlılık Analizi Nasıl Yapılır.....	28

2.5. Karlılık ve Alacak Hesapları Yönetimi Arasındaki İlişki.....	31
2.5.1. Kredi Risk Yönetimi.....	32
2.5.2. Kredi Risk Yönetiminin İlkeleri.....	35

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. METODOLOJİ.....	36
3.1. Araştırma Tasarısı.....	36
3.2. Araştırmanın Popülasyonu.....	36
3.3. Prosedür.....	37
3.4. Araştırmanın Gereçleri.....	38
3.5. Geçerlilik ve Güvenilirlik.....	38
3.6. Veri Toplama Prosedürü.....	39
3.7. Veri Analizi.....	39
3.8. Etik Değerlendirme.....	40
3.9. Araştırmanın Sınırları.....	40

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. VERİ SUNUM, ANALİZİ VE YORUMU.....	41
4.1. İlk Bölümü Cevaplayanların Demografik Bilgileri.....	41
4.2. Araştırma Soruları İki.....	45
4.3. İkinci Bölüm Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	48

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. BULGU, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	51
5.1. Araştırma Bulgularının Tartışılması.....	51
5.1.1. Araştırma Sorusu Bir: Katılımcı Müşterilerin Profili.....	51
5.1.2. Araştırma Sorusu İki: Kredi Yönetiminin Düzeyi.....	52
5.1.3. Araştırma Sorusu Üç: Karlılık Düzeyi.....	53
5.2. Sonuç ve Öneriler.....	54
EKLER.....	58
KAYNAKÇA.....	58

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Bu bölüm, çalışmanın arka planında yer alan, problemlerin tespiti, çalışmanın amacı, araştırma soruları, çalışmanın kapsam ve önemini içermektedir.

1. ÇALIŞMANIN ARKAPLANI

Ticari krediler şirketler için oldukça önemlidir. Çünkü rakiplerine karşılık satışların korunmasına ve potansiyel müşterilerin çekilmesine yardım ederler. Endüstride rekabet olduğu sürece kredili satış kaçınılmazdır. İşletmeler kredili satış yapmadığı sürece rakiplerine karşı müşterilerini kaybedecektir. Mesele sadece yatırımların tercih edilme meselesi değil aynı zamanda işletmenin varlığını sürdürebilmesi için hayati bir gerekliliktir (Kakuru, 2000: 163). Günümüzde işletmeler, ticari kredileri finansal yönetim ve pazarlama alanında önemli bir strateji aracı olarak kullanırlar. Kredili satış aynı zamanda işlerin geliştirilmesi ve büyütülmesi için de bir gerekliliktir. Kredi satışlar nedeniyle ortaya çıkan alacaklarla ilgili olarak uygun bir alacak düzeyinin tespitine yönelik olarak fayda/maliyet analizi yapılmalıdır.

Kredi politikası, maksimum fayda sağlarken minimum maliyetli olacak şekilde dizayn edilmelidir. Kredi politikası gevşek ya da sıkı olabilir. Gevşek bir kredi politikasında, kredi şartları esnektir, ödeme dönemleri uzundur. Sıkı bir kredi politikası ise, kredinin ödenebilmesi için güçlü bir finansal yapı gerektirir.

Brüt kar marjı ve öz kaynak karlılığı gibi oranlarla ifade edilebilen karlılık, gelirlerin giderlerden fazla olmasıdır. Piyasada karlılık bir işletmenin rekabet konumunun bir göstergesidir ve işletmenin yönetiminin kalitesini yansıtır (ACCA, 2009: 24). Şirketler, günlük işlemlerini sürdürmek, yatırımlarına kaynak sağlamak ve şirket ortaklarına temettü yoluyla gelir sağlamak amacıyla daha fazla kar elde etmelidir (Foulks, 2005: 68). Karlılığı sürdürmek için, şirket alacaklarının doğru yönetilmesi gerekir. Alacakların yönetimi yaygın bir uygulama problemidir (Samuels and Walkers, 1993: 243).

Alacak düzeyinin uygun bir şekilde belirlenmemiş olması halinde, şirket ciddi bir likidite sorunuyla karşılaşabilir. Alacakların kötü yönetimi, firmanın karlılık düzeyinin düşmesine neden olur (Brock, Palmer, 1990: 403).

Her işletmenin genel amacı kar elde etmektir ve bu işletmelerde firmanın karlılığını göstermek için ölçümler kullanılır. Bunlardan ilki, karar vericilere ne kadar zarar ya da kar edildiğini gösteren kar marjıdır. İkincisi ise dolar başına üretilen satışların ne kadarının kar olduğunu gösteren satış karıdır. Birçok oranda olduğu gibi, şirketin yatırım getirisini sektördeki diğer firmalarla karşılaştırmak en iyi yoldur. Azalan yatırım getirisi finansal sorunlara işaret ederken, artan yatırım getirisi şirketin giderek büyüdüğünü gösterir. Söz konusu ölçümlerin sonuncusu, özkaynak karlılığını ifade eden ve elde edilen net karı özkaynağın yüzdesi olarak ifade eden net kar tutarıdır (Finche, 2003: 54).

Bu çalışmada kredi yönetiminin karlılık üzerindeki etkisini değerlendirmek amaçlanmıştır.

1.1. Problemin İfade Edilmesi

Diğer tüm şirketler gibi üretim şirketleri de kar elde etmeye ihtiyaç duyarlar. Bu karı elde edebilmek için, müşterileri çekmek ve rakiplerinden iyi bir pazar payı elde edecek şekilde ürünlerini de hem nakit hem de kredili olarak satmaları gerekir.

Birçok diğer bölgede olduğu gibi, Somali'nin Puntland eyaletin de, üretim şirketleri, rakipleriyle sıkı bir rekabet yaşamaktadırlar. Piyasadaki rekabete bağlı olarak, üretim şirketleri, nakit ve kredili olarak ürünlerini satmaya ihtiyaç duyarlar bunu sağlayabilmek için de şirketlerin zamana yayılmış alacaklarını toplamasına imkan verecek etkili bir kredi takip sistemine sahip değillerdir. Buradaki şirketler geleneksel yaklaşıma dayalı bir kredi sistemine sahiptirler. Bu ikilemde, kredi yönetimi ve firmanın karlılığı arasında var olan ilişkinin türüne göre kredi takip sistemi kurulmalıdır. Bu nedenle,

araştırmacılar üretim şirketlerinin karlılığı üzerindeki kredi hesapları yönetiminin etkisini saptamak için çalışmalar yapmışlardır.

1.2. Çalışmanın Amacı

Bu çalışma, Somali Puntland Eyaletinde seçilmiş olan üç üretim şirketinin kredi yönetiminin şirketlerin karlılığını nasıl etkilediğini belirlemek amacıyla yapılmıştır.

1.3. Araştırmanın Amaçları

Bu araştırmanın amaçları;

Anketi yanıtlayanlar açısından; Yaş, Cinsiyet ve Eğitim durumu profilini belirlemek.

Somali, Puntland Garowe’da seçilen üretim şirketleri alacak hesaplarını yönetme düzeyini belirlemek için;

- Seçilen üretim şirketlerinde kredi yönetim düzeyini belirlemek,
- Seçilen üretim şirketlerinde karlılık üzerinde kredi tahsilat prosedürünü ve faturalamanın etkisini bulmak,
- Somali, Puntland Garowe’da seçilen üretim şirketlerinde karlılık düzeyini belirlemek.
- Seçilen üretim şirketlerinde, karlılık düzeyi ve kredi yönetim düzeyleri arasında bir ilişki kurmaktır.

1.4. Araştırma Soruları

Anketi yanıtlayanların profili; Yaş, Cinsiyet ve Eğitim durumu açısından nedir?

Somali, Puntland Garowe Eyaletinde, seçilen üretim şirketlerinde kredi yönetim düzeyi nedir?

Somali, Puntland Garowe’da seçilen üretim şirketlerinde karlılık düzeyi ve kredi yönetim düzeyi arasında önemli bir ilişki var mıdır?

Şirketin likidite ve karlılık hedefleri kredi imkanları kullanılarak elde edilebilir mi?

1.5. Hipotezler

H₀: Seçilen üretim şirketlerinde karlılık düzeyi ve kredi yönetim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır?

1.6. Çalışmanın Kapsamı

Bu çalışmada, Somali Puntland Eyaletinin başkenti Garowe’da bulunan, seçili üç üretim şirketi ele alındı. Çalışmada, seçilen üretim şirketlerinde karlılık ve kredi yönetimi esas alındı. Bu çalışmada betimsel korelasyon kantitatif araştırma tasarımı ve kırk sekiz (43) katılımcılı bir örnek kullanıldı. Çalışma, özellikle seçilmiş üretim şirketlerinde karlılık ve kredi yönetiminin etkisini belirlemek için yapıldı.

1.7. Çalışmanın Önemi

Öncelikle, bu çalışmadan, firmanın karlılığı üzerindeki kredi yönetimi etkilerine yönelik anlayışlarını geliştirmek isteyen ve günümüzde kredi sistemi sorunlarıyla karşılaşan üretim şirketlerinin yöneticileri yararlanabilir.

İkinci olarak, çalışmada etkin kredi yönetiminin kredi sisteminin bileşenlerinin ve karlılık düzeylerinin nasıl geliştirileceği vurgulanmıştır. Çalışma, araştırmaları kolaylaştırmak için kredi yönetimi ile ilgili olan araştırmacılar için firmanın karlılığı üzerindeki kredi yönetimi etkileri hakkında var olan durumlara ilaveten bazı bilgiler içermektedir. Dahası, bu bilgilerin alacak yönetimi ve karlılık arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılması için fikirler oluşmasına yol açması beklenmektedir.

1.8. Anahtar Terimlerin Operasyonel Tanımları

Bu çalışma kapsamında, kredi yönetimi (alacak hesapları yönetimi), kredi politikası, kredi risk yönetimi, faturalama ve kredi tahsilat işlemi ile karakterize edilmiştir.

Kredi Politikası: Kredi politikası, kredi almak isteyen potansiyel müşterilerin nasıl değerlendirileceğine rehberlik eden bir klavuzdur.

Kredi Risk Yönetimi: Kredi risk yönetimi, müşterinin kredi değerliliğini araştıran ve firmanın kredi riskini azaltmaya çalışan şeffaf bir süreçtir.

Kredi Analizi: Kredi analizi müşterilerin yükümlülüğünü yerine getirip getiremeyeceği ihtimalini belirleme sürecidir.

Tahsilat Prosedürü: Tahsilat prosedürü, vadesi dolan alacakların ne zaman ve nasıl tahsil edileceğine ilişkin atılacak adımların ayrıntılı bir ifadesidir.

Alacak Hesapları: Alacak hesapları müşteri tarafından borçlanılan tutarlardır. Mal ve hizmet satışından doğmaktadır. Söz konusu alacakların genel olarak anlaşma dönemi içinde tahsil edilmesi beklenir.

Alacak hesaplarının arkasındaki esas, satış prosedürleri ve politikamızdır. Örneğin; Bir kredi politikanız var mı? Müşteriyi kredi için ne zaman ve nasıl değerlendiriyorsunuz? Eğer ödeme geçmişlerine bakıyorsanız kime kredi açılmalı ve kime açılmamalı? Ayrıca satış şartlarını oluşturmak gerekir. Örneğin, İndirimler/iskontolar nakit geri dönüş hızını artırıyor mu? Satış şartları için endüstri standartları nelerdir? Alacak hesaplarını yönetmek için cevaplanması gerekli daha pek çok soru vardır.

1.9. Puntland'ın Özellikleri

Coğrafi olarak, Somali'nin Puntland Eyaleti, Somali'nin doğu bölgesinde yer alır. Kuzeyde Aden Körfezi, güneydoğuda Hint Okyanusu, güneybatıda Etiyopya ve güneyde merkez bölgeleri yer alır. Puntland Eyaletinin yüz ölçümü 212.510 km² dir (Somali'nin coğrafi alanının yaklaşık üçte biri).

Puntland'ın iklimi yarı kuraktır. Ülke ılık bir iklime sahiptir ve günlük ortalama sıcaklık 27 °C ile 37 °C arasındadır. Eyaletin birçok yerinde arazi şartlarından dolayı hayvancılık yaygındır. Eyaletin geneline tropikal yağış hakimdir. Yıllık ortalama yağış 400 mm dir. Pastoral ve tarımsal hayat meraların etrafında döner. Dört ana mevsim vardır, bunlar;

- Jilal, Ocak- Mart arası, yılın en kurak mevsim,
- Gu, Haziran- Nisan arası, en yağışlı mevsim,
- Xagaa, Temmuz- Eylül arası, ikinci kurak mevsim,
- Dayr, Ekim- Aralık arası, en kısa yağışlı mevsim, çöl sıcaklığı.

Puntland'ın devlet yapısı, yasama (temsilciler meclisi), yargı ve yürütme (başkan ve başkan yardımcılığı ve bakanlar konseyi)'den oluşur.

Puntland'ın resmi dini İslamdır. Hemen hemen tüm Puntlandlılar Sünni- müslümandır.

Resmi diller Somalice ve Arapçadır. Puntland'da İngilizce ve İtalyanca yaygın konuşulmaktadır (Wikipedia, 2015).

İKİNCİ BÖLÜM

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Bu bölümde, literatürde daha önce yapılmış olan çalışmalar baz alınarak, konuyla ilgili incelemeler yapılmıştır. Literatür incelemesi, literatür farklılıklarını tanımlamak ve çalışma sorunlarını daha iyi aydınlatmak için yapılmaktadır. Bu bölümde alacak hesapları ve karlılık düzeyi yönetimi arasındaki ilişki ile ilgili bir literatür incelemesi yapılmıştır. Bu bölüm alacaklar, alacaklara yatırım, alacak yönetim politikası, karlılık ve alacak yönetimi arasındaki ilişki ve sonuç kısmını içermektedir.

İşletmeler, girişimlerini karlı hale getirmek için müşterilere verilen kredilerde çeşitli stratejiler belirlerler. Kredi satışları artırmak için kullanılan bir pazarlama aracıdır.

Firma, kredili mal ve hizmet satışında hemen nakit tahsil etmediği zaman ticari kredi doğar. Bu ticari krediler ürünlerin üretim ve dağıtım aşamalarında malların hareketi için bir köprü görevi gören önemli pazarlama araçlarıdır.

Pandey'e göre (2004: 10), bir firma potansiyel müşterilerini etkilemek ve rakiplerinden satışlarını korumak amacıyla uygun şartlarda ticari kredi verir. Ticari kredi, alacak hesapları ya da yakın gelecekte tahsil edilmesi beklenen alacakları oluşturur.

Bir firmanın alacak hesaplarına yapacağı yatırım tutarı, kredili satış hacmine ve tahsilat süresine bağlıdır. Alacak işletmenin müşterilerden tahsil edileceği hak ya da varlıklarını gösterir.

Ticari borçlular, şirketlerin stoklarının yanında/stoklarla birlikte, dönen varlıkların önemli bir kısmını oluşturur. Alacaklar mal ve hizmetlerin kredili olarak satışından ortaya çıkar. İşletmede likidite ve karlılığı sağlamak için alacak hesapları etkili bir şekilde yönetilmelidir.

Kredi verilmesi satış hacmini ve dolayısıyla kar tutarını arttırır. Rekabetçi bir iş yaşamında sürekliliği sağlamanın ya da hayatını devam ettirmenin yollarından biri karlılık düzeyini arttırmaktır.

Bir şirket tarafından belirlenen kredi politikaları, mevcut bir işi sürdürmeyi sağlayan ve uzun vadede işletmenin konumunu belirleyen iki temel faktör olan yeterli karlılık ve nakit (likidite) akışını sağlamayı amaçlamaktadır.

Bir şirketin kredi politikası işletme tarafından alacak hesaplarının açılması izlenmesi ve tahsilatı ile ilgili faaliyetleri ifade eder (Maysami, 2010: 26). Tipik bir örgütün kredi politikası tahsilat ve nakit politikası olmak üzere iki değişkenden oluşur.

2.1. Alacak Hesapları Yönetimine Bakış

İşletme sermayesinin büyük bir kısmını vadesi geçmiş alacaklar oluşturmaktadır. Şirketin alacakları bir yatırım olarak değerlendirilir. Alacaklar bir yatırımdır ve bununla kar elde etmek mümkündür. Yatırım yapmadan ve yeni müşteri kabul etmeden önce riski iyi değerlendirmek gerekir. Riskin doğru değerlendirilmesi, özellikle küçük işletmelerde, başarı ve başarısızlık arasındaki farkı yaratabilir.

Alacak hesapları, müşteri tarafından ürün ve hizmetler için kredi alınan borç paradır. Alacak hesapları dönen varlık olarak işlem görür. Alacak hesapları, yaşlandırılmış alacak hesapları, alacak günleri, alacak devir hızı, fatura faktoring gibi çeşitli isimlerle bilinir. Alacak hesapları, tahsil edilmesi beklenen toplanan satışlar net tutarının, net gerçekleşebilir değeri olarak bilançoda raporlanır. Uzmanlara göre, alacak ve fatura faktoringleri muhasebe işlemlerinin en önemlilerindendir. Bu muhasebe işlemleri, satın alınan mal ve hizmetler için örgüt, şirket ya da kişilere borçlanan müşterilerin fatura edilmesiyle ilgilidir. İşletmelerde daha iyi alacak yönetimi için, zamanında ve doğru faturalama ile tahsilat temel alınır.

Bir işletmenin en kritik işlevinin gelir elde etmek olduğu söylenebilir. Her şirket, gelirini arttırmak, gelir elde etmek için var olan kaynaklarını tüketir. Bununla birlikte

gelirin nakde dönüştürülmesi gerekir. Nakit her şirketin yaşam kaynağıdır. Bir şirket gelirinin her bir doları zamanında tahsil edilmesi ve yönetilmesi gereken bir alacak haline gelir. Bu yüzden alacakların yönetiminde kullanılan personel ve işlemler şirket için varlıktır.

Alacakları İfade Eden Enstrümanlar

Alacaklar arasındaki ilişkilere kanıt sağlamak için üç genel enstrüman kullanılmaktadır. Bunlar kısaca aşağıda anlatılmıştır.

1. Açık Defter Hesabı: Bu, bir kredi işlemi gerçekleştirilen kreditorün büyük deftere girişidir.

- **Devredilebilir Borç Senedi:** Hamiline belirli bir tarihte mamul için kesin bir para ödemesi vadeden sipariş veren tarafından imzalanmış koşulsuz yazılı bir belgedir. Ticari senetler, alacakların zamanında tahsili için garanti sağlar.
- **Kar Artışı:** Satışlardaki büyüme ile alacaklar da satışlardaki artışa benzer şekilde artacaktır, böyle bir artış olarak marjinal katkı payını ilişkili ek maliyetlere nazaran daha da artıracaktır. Bu da sonuçta kar düzeyini arttıracaktır.
- **Rekabetle Baş Etmek:** Bir malın kredili olarak satılması bu ürünleri almak isteyenleri cezbeder. Bu nedenle, bir şirket rakiplerine karşı satışlarını korumak ve yeni müşterilere ulaşabilmek için kredili satış yapabilir.

2. Müşteri Kaynaklarını Arttırmak: Alacaklar müşterilerin kaynaklarını arttırması nedeniyle değerlidir. Özellikle, diğer kaynaklardan borçlanmayı elverişsiz ve pahalı bulan müşteriler tarafından tercih edilmektedirler. Böylece, alacaklar sadece mevcut müşterileri değil aynı zamanda uygun koşul ve şartlarda firmanın ürünlerini almak isteyen potansiyel müşterileri de çeker.

3. Hızlı Dağıtım: Alacaklar mal ve hizmetlerin dağıtımlarını hızlandırmada çok önemli bir rol oynar. Üretim yerinden malların hızlı dağıtımını sağlayan bir komisyoncu alacaklar da acil nakit ödemelerin kolaylıkla yapılmasını sağlar. Komisyoncu, alım ve

satım işlerinde ücret karşılığı kendi namına, müvekkili hesabına, kıymetli evrak ve menkul eşya alım satımı yapan kimsedir. Komisyoncu alacaklar için, nihai müşteriler ile üretimi yapılan mallar arasında köprü görevi görmektedir.

2.1.1. Alacak Hesapları

Weygandt, Kieso ve Kell'e göre (1996: 321), alacaklar diğer şirketlerden ve bireylerden kaynaklanan tutarlar olarak tanımlanır. Alacaklar nakden tahsil edilmesi beklenen taahhütlerdir. Alacak hesapları, hesap üzerinde müşteri tarafından borçlu tutarlardır. Mal ve hizmet satışından kaynaklanır. Söz konusu alacakların genellikle 30 ile 60 gün içerisinde tahsil edilmesi beklenir, bu alacaklar şirket tarafından tutulan en önemli alacak tipidir.

Ticari alacaklar ve satış işlemlerinden kaynaklanan alacak hesapları dönen varlıktır. Diğer alacaklar, faiz alacakları gibi ticari olmayan alacakları, şirket çalışanlarına kredileri, çalışanlara avansları ve iade edilebilir vergileri içermektedir. Bunlar olağandışı alacaklardır, bu yüzden genellikle bilançoda ayrı sınıflandırılır ve ayrı kalemler olarak raporlanırlar. Alacak hesapları, firmanın müşterilerin varlıkları üzerindeki hakkını gösterir. Alacaklar, çoğu işletmelerin dönen varlıklarının önemli bir bölümünü oluşturur.

Kakuru (2000: 22)'ya göre "alıcılar", işletmenin faaliyet konusunu oluşturan mal ve hizmet satışlarından kaynaklanan senetsiz alacakların izlenmesi için kullanılan hesaptır. Finansal kiralamadan doğan senetsiz alacaklar da bu hesapta izlenir. Bu hesaptaki alacakların vadesi 1 yıla kadardır.

Eskew (1989: 15), alacakların miktarının ne çok fazla ne de çok az olması gerektiğini söylemiştir. Alacaklardan elde edilecek getirinin düzeyi diğer taahhütlerin getirilerine eşit ya da taahhütlerin getirilerinden fazla olmalıdır.

Dickerson (1995: 55), kredili satışların karlılığı arttıracığını ve işletmenin hem mevcut müşterilerini korumasını sağlayacağını hem de yeni müşteri elde etmesine yardımcı

olacağını iddia eder. Bu yüzden, şirketlerin nakitten ziyade kredili satış yapmaları gerekmektedir.

İşletmenin alacaklara yaptığı yatırımlarda tatminkar bir kar sağlama potansiyeli kredili satış hacmine, tahsil süresi ve uygulanan kredi politikasına bağlıdır.

2.1.2. Alacak Hesapları Yönetiminin Amaçları

Alacak hesapları yönetiminin amacı, alacaklara yatırım yapılmasının getirisini ek kredi finansmanı için gerekli fonların maliyetinden daha az olacak şekilde satış ve kara teşvik edilmesidir.

Alacak hesapları yönetiminin ortak hedefi, alacakların belirtilen kredi koşulları içinde tahsilini sağlamaktır (Pike and Cheng, 2001: 63). Diğer bir amaç, toplam ticari kredi içerisinde yer alan ödenmemiş borçların belirlenmesidir (Jackling, 2004: 384). Bu iki amaç, borçlarını geciktiren müşterilerin erken tespitini sağlar ve alacakların yaşını ve ödenmeme riskini azaltır (Peacock, 2003: 384). Alacak tahsilat önlemleri alacak hesapları süreçlerinin performansını ve uygulanan politikaların başarısını göstermektedir (Carpenter and Miller, 1979: 37).

Kredi yönetimi özellikle etkili alacak yönetimi, yöneticilerin en çok zorlandıkları görevlerden biridir. Çünkü alacak hesapları genelde stoklardan sonra şirketin dönen varlıklarının en geniş ikinci parçasını oluşturmaktadır. Bu hesapları etkin yönetme yüksek karlılık sağlaması konusunda organizasyona katkıda bulunacaktır. İkinci olarak bu hesapları yönetmek, şüpheli alacakları ayırt etmeyi, etkili tahsilat prosedürleri için etkin bir kredi politikası oluşturmayı gerektirir.

Günümüzde, üretim şirketleri için rekabetçi bir piyasa ortamı vardır ve çoğu yönetici karlılığı arttırmak için kredili satışları pazarlama stratejisi olarak kullanır.

Alacak yönetimi hedefleri aşağıdaki gibi özetlenebilir (Perry T Munzwembiri, 2015: 17):

- Optimum satış hacmine ulaşmak,
- Kredi maliyetini kontrol etmek ve minimum seviyede tutmak,
- Alacaklara yapılan yatırımı optimum düzeyde tutmak,
- Kısa bir ortalama tahsilat süresi planlamak ve bunu sürdürmektir.

Etkin bir kredi yönetimini herhangi bir maliyete katlanmadan gerçekleştirmek mümkün değildir. Bu maliyetler tamamen yok edilemezler fakat kontrol altına alınabilirler. Bu maliyetler; kredi yönetim giderleri, şüpheli alacak zararları, fırsat maliyetleri gibi maliyetlerdir. Bu tür maliyetleri tamamen ortadan kaldırmak borçlulara kredi verilmemesi anlamına gelir. Böylece, bir firma yatırımının genel getirisini gerçekleştirmede başarısız olur. Alacak yönetiminde amaç, risk, likidite ve karlılık arasında altın bir oran yakalamak için etkili bir pazarlama aracı ortaya çıkarmaktır.

Alacak hesaplarının amaçları, alacak hesaplarının tahsilatı, kredi politikalarının tespiti ve iletilmesi, kredi şartlarının belirlenmesi, müşterileri değerlendirmek, doğru faturalamak, alacak hesaplarının kaydını zamanında yapmak ve vadesi geçmiş hesapları göstermektir. Bu hedefler olmadan alacak hesapları modeli oluşturulamaz.

Alacak hesaplarını yönetmek için (Lewellen W.G.,and Edmister R.O., 1973: 197):

- Satış koşullarının belirlenmesi,
- Kredi analizi yapılması,
- Güçlü bir kredi analizi,
- Etkili ve güçlü kredi politikaları ve prosedürleri,

Etkili alacak hesapları yönetiminin unsurları olmalıdır.

Yönetimde her sistemin, verimlilik ve etkinliği sağlayacak elemanları vardır. Kredi sisteminin de söz konusu fonksiyonları yerine getirecek elemanları vardır. Bunlar;

- Kredi politikası,
- Kredi risk yönetimi,
- Tahsilat politikası ve prosedürleridir.

2.1.3. Alacak Hesaplarına Yatırımın Gerekçesi

Bir şirket için, ticari krediler, rakiplerine karşı satışlarını korumaya ve uygun şartlarda potansiyel müşterileri çekmeye yardımcı olduğu için önemlidir. Uganda dahil olmak üzere çoğu ekonomilerde, ticari kredi işletme sermayesinin önemli bir kaynağıdır (Pandey, 1996: 17-21).

Kakuru (2000: 11), alacaklara yapılacak yatırımın farklı iş kollarındaki şirketlerin, büyüklüğüne, faaliyetin içinde olduğu endüstri gibi çeşitli nedenlere bağlı olduğunu kaydetmiştir.

Şirketler ticari krediyi pazarlama aracı olarak kullanırlar. Henüz üretime başlamış bir şirket, satışlarını arttırmak için kredi kullanabilir. Daralan piyasalarda kredi, pazar payını korumak için kullanılabilir. Aynı zamanda kredi, müşterilerle uzun vadeli ilişkiler kurulmasını da sağlar.

Kredi alıcının durumuna bağlı olarak verilir. Çünkü toplu satın alımlar, yüksel pazarlık gücü ve büyük ölçekli alıcılar, gevşek kredi koşulları talep ederler. Bazı şirketler, küçük ölçekli perakendecilerden alacak tahsili zor olduğundan bunlara kredi vermeyebilirler. Büyük firmalara verilen kredi, toplu nakit tahsilatı sağlayacağından bir avantaj olacaktır.

Ticari kredi, bir şirketin pazarlık gücünü artırır. Eğer şirketin pazarlık gücü düşük ise, yüksek pazarlama gücüne sahip bir şirketin aksine daha fazla kredi verecektir.

Müşterilerine kredi verilmesi, belirli bir sektörde yerleşik bir uygulama olabilir. Pazara yeni giren müşterilere kredi verilmesi onlara kolaylık sağlar. Krediler işletmenin rakiplerinden müşteri kazanmak ve mevcut müşterilerini korumak için verilebilir. Bu nedenle, herhangi bir şirketin, herhangi bir rekabetçi endüstride hayatta kalabilmesi için kredi vermesi kaçınılmazdır.

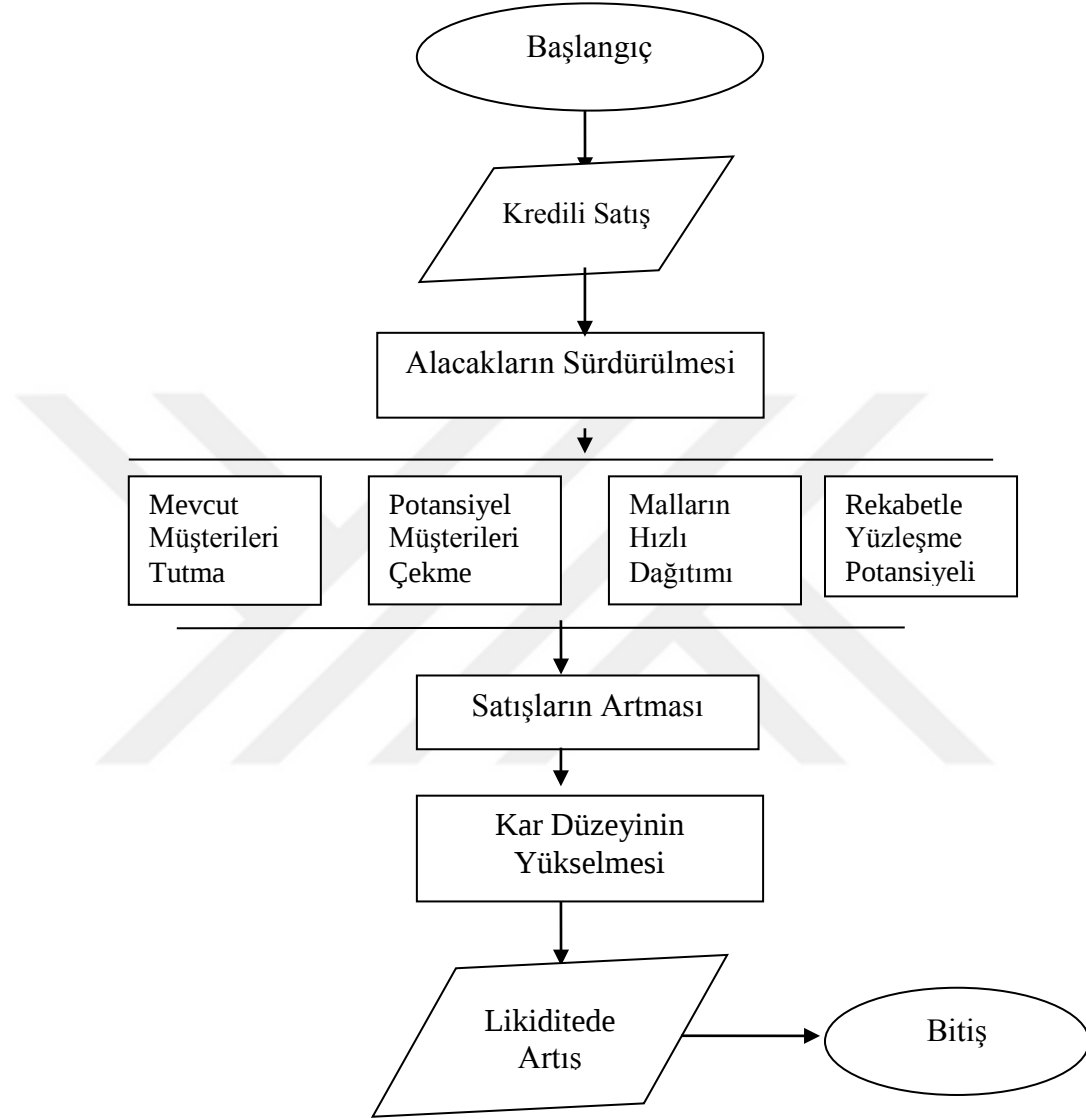
2.1.4. Alacak Hesapları Yönetim Politikası

Alacaklara optimal yatırım yapmak için, işletmeler uygun bir kredi politikasına ihtiyaç duyar. Kakuru (2000: 13) kredi politikasını, maksimum fayda sağlarken, kredi ile ilgili masrafları en aza indirecek şekilde tasarlanmış politika eylemleri kümesi olarak tanımlar. Alacaklarda optimal yatırım hedeflenir. Optimal yatırım, belirli bir yatırım ile ilişkilendirilen faydalar ve maliyetlerin birbirine eşit olduğu yatırım düzeyidir. Bir firmanın kredi politikası firmanın değerini maksimize etmelidir. Yatırımları finanse etmek için kullanılan marjinal maliyetler, marjinal getiri oranına eşit olduğu zaman, firmanın değeri maksimize edilir (ACCA, 2015: 9).

Roberto, Short ve Patricia'ya göre (2001: 291), kredi yönetimi (alacak hesapları yönetimi), kredi risk yönetimi, kredi risk prosedürleri ve şüpheli alacak giderlerinin belirlenmesinde, kredi politikası için etkin bir sistem oluşturulması işlemidir. Kredi politikası, hangi koşullarda kime ve ne kadar kredi verileceğinin belirlenmesi sürecidir.

Ayrıca, kredi risk yönetimi, alıcının kredi değerini ve daha sonra gerçekleşmesi muhtemel yönetim risklerini inceleme sürecidir.

Şekil 2.1. Alacakların Sürdürülme Amacını Gösteren Akış Şeması



Kaynak: (Brigham, 1989: 110)

Genel uygulamada şirketler, kredi vermek için endüstriyel uygulama, bayi ilişkileri, alıcıların statüleri, müşteri gereksinimleri, transit gecikmeler gibi çeşitli diğer sebeplere başvurabilir. Özetle, alacak hesaplarına fon adı altında taahhütler sağlamak, kazancı, işletme gelirini arttırmaktır. Şekil 2.1. alacakların hangi amaçlarla ortaya çıktığına açıklama getirmektedir.

Alacakları Sürdürmenin Maliyeti

Alacaklar, bir şirket tarafından yapılan bir yatırım türüdür. Diğer yatırımlar gibi, alacaklarda, kredi yaptırımı olarak bilinen, uzun süre muhafaza edilmesi için gerekli olan, bir sorun içerir. Kredi yaptırımı, firmaya belirli bir miktar maliyetlendirmeyi çözmek için amaçsız fonlara bağlanmasıdır. Alacakları sürdürmek ile ilgili bu tür maliyetler aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

1. Yönetsel Maliyetler

Bir şirket satışların kaybını minimize etmek veya satışları maksimize etmek için kredi politikası düzenlemelidir, bu iki tip maliyet içerir:

(A) Kredi Soruşturma ve Denetim Maliyeti

Gevşek kredi politikasının bir sonucu olarak, borçluların sayısında önemli bir artış olması beklenir. Sonuç olarak, firma analizi için gerekli kredi bilgileri edinme ya da uzman kuruluşlar aracılığıyla veya kendi personeli ile ilgili maliyetleri artırma pahasına, hesapların büyük bir kısmı denetlenir.

(B) Tahsilat Maliyeti

Bir şirket ödenmemiş faturaların tahsili için, özellikle finansal açıdan az güvenilir müşterilerin olduğu durumlarda, çabalarını yoğunlaştırmak zorunda kalacaktır. Personel, muhasebe kayıtları, kırtasiye, posta ve diğer ilgili kalemlerin bakım giderleri kredi departmanının ek giderleri arasında yer almaktadır.

2. Sermaye Maliyeti

Alacakların sürdürülmesi, müşteriler tarafından yapılan ödemelerin tarihi ve müşteriler için malların satışının tarihi arasında var olan süre finansal varlıkların blokajına neden

olmaktadır. Firma çalışanlarına, hammadde tedarikçilerine tahsilat gerçekleşmediği halde ödeme yapmaya devam eder. Bunun bir sonucu olarak, bir şirket satış dışındaki kaynaklardan gelen bu tür ek taahhütleri yerine getirmek için düzenlemeler yapmakla yükümlüdür. Böylece, bir şirket, alacaklar yoluyla artan satışlar sırasında, ek sermaye maliyetlerine katlanmak zorunda kalır.

3. Üretim ve Satış Maliyeti

Bu maliyetler satış hacmindeki artışla doğru orantılıdır. Diğer bir deyişle, satış miktarındaki bir artış üretim ve satış maliyetlerinin de artışına neden olur. Bu bağlamda şirket iki durumla yüzleşir. İlki, satışlardaki genişleme üretim kapasitesini aştığında, üretim satışa ait değişken maliyetler artar. İkinci olarak, üretim kapasitesi nedeniyle mevcut üretim kapasitesini aşan satış eklenir. Böyle bir durumda artan üretim ve satış maliyetleri hem değişken hem sabit maliyetleri artırır.

4. Alacakların Ödenmeme Maliyeti

Bu tip maliyetler, müşterinin ödeme yapmaması yüzünden, kredinin ödeme süresini geçmesinden sonra ortaya çıkar. Bu tür borçlar şüpheli alacak olarak kabul edilir ve Şunları içerir:

Uzun bir süre için şirketin fonların blokajı,

Tahsili geçmiş alacaklarla ilgili ortaya çıkan maliyetler.

5. Gecikme Maliyeti

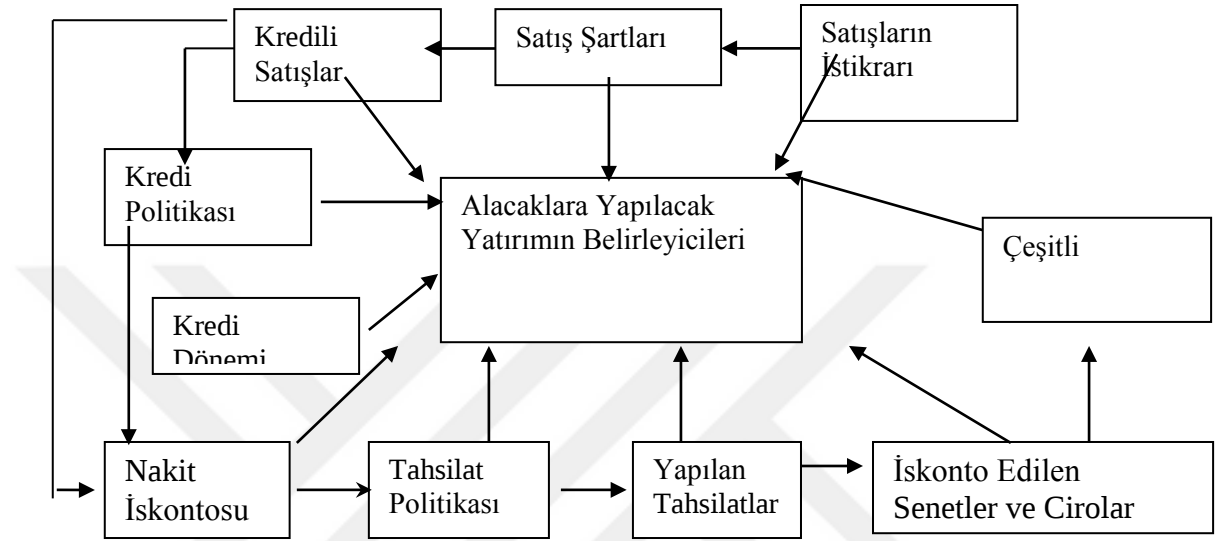
Gecikme maliyeti alacakların ödenmeme maliyeti ile benzerdir. Gecikme maliyeti müşterilerin nakit ödemelerinin gecikmesinden ortaya çıkar.

2.1.5. Alacakların Büyüklüğünü Etkileyen Faktörler

Dönen varlıkların önemli bir bileşeni olan alacakların düzeyi bir dizi faktöre göre belirlenir. Çoğu işin yapısına ve tipine uygun olarak çeşitlenir. Bu nedenle hepsini

tartışmak zaman kaybına neden olabilir. Alacağın düzeyini belirleyen bazı ana ve ortak faktörler aşağıda verilen şekil yoluyla ele alınmıştır.

Şekil 2.2. Alacaklara Yapılacak Yatırımı Belirleyen Faktörler



Kaynak: http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/723/11/11_chapter%206.pdf

Satışların İstikrarı

Satışların istikrarı, satışlardaki süreklilik ve tutarlılık unsurlarını ifade eder. İşletmenin mevsimsel satışlarındaki artış, alacakların da büyümesine neden olur.

Satış Şartları

Bir şirket, nakit bazda ya da kredi bazında satışlarını etkileyebilir. Satışların arttırılması, karlılığın yükselmesine neden olur. Kredi üzerinden yapılan satışların hacmi ne kadar yüksek olursa alacakların da o kadar yüksek olmasını sağlar ve tam tersine satışların hacmindeki azalış, alacakları da azaltır.

Kredili Satış Hacmi

Kredili satış hacmi, işletmenin alacaklarının seviyesinin belirlenmesinde önemli rol oynar. Satış hacmini yükseltmeye çalışan bir firmanın alacakları da artacaktır. Gevşek bir kredi politikası, alacakların büyük bölümünün finansal açıdan zayıf müşteriler tarafından kullanılmasına bu da ödemelerin ihmal edilmesine yol açar.

Satış Şartları

Müşteriye kredi açılan vade uzunluğu, alacaklarda artış veya azalışa neden olmaktadır. Daha kısa kredi süresinde, alacakların tutarı daha azdır. Kısa vadeli kredi de işletme sadece kısa bir süre için fon sağlar. Böylelikle, işletme gereksiz yatırımlara girmemiş olur.

Nakit İskontosu

Kredi vadesinden önce yapılan ödemeler için sağlanan nakit iskontosu müşterileri çeker. Bu sistemde müşteriye zamanından önce yapılan ödemeler için indirim teklif edilir.

Tahsilat Politikası

İşletmenin belirlediği tahsilat politikası, kredi verme ve kredi tahsili için seçilen yönetime karar verirken işletmenin benimsediği politika uygulama ve prosedürleri de büyük ölçüde alacaklarının seviyesini etkilemektedir. Tahsilat politikası ne kadar liberalleşirse, alacaklara yapılan yatırım tutarı da o derece artar.

Yapılan Tahsilatlar

Alacaklarını etkili bir şekilde vadesinde tahsil eden işletmelerin alacaklarına yapacakları yatırım tutarı, bunu gerçekleştirmekte zorlanan işletmelere göre daha düşük olmaktadır.

İskonto Edilen Senetler ve Cirolar

İşletmeler alacak senetlerini iskonto ettirmek ve bir kısım senetlerini ,üçüncü kişilere ciro etmek yoluyla işletmedeki alacak tutarı azaltılabilir.

Müşteri Kalitesi

Firma alacaklarını zamanında tahsil etmek istiyorsa özellikle finansal açıdan güçlü müşterileri tercih etmelidir. Finansal açıdan yeteri kadar güçlü olmayan müşterilerle yapılan işlemlerde ise alacak tutarının çok yüksek olmamasına dikkat edilmelidir.

Diğer

Fiyat seviyesi değişimleri, yönetimin tutumu ve işin niteliği, fonların ulaşılabilirliği gibi bazı genel faktörler de alacaklarının belirlenmesinde oldukça önemli rol oynamaktadır.

2.2. Ticari Kredi

Ticari kredi ile mal ve hizmetlerin satışının sonradan nakde dönüştürülmesi sağlanır. Ticari kredi, kredili mal ve hizmet satışından elde edilir ve alacak hesapları aracılığıyla yönetilir. Kredili satış çoğu işletme için yaygın bir uygulamadır (Pike, Cheng, Cravens ve Lamminmaki, 2005: 3) ve alacak hesapları kredili satış sunan bir kuruluşun bilançosunda en önemli varlıklardan biridir. (Jackling ve ark., 2004: 384). Toplam aktifler içindeki yüzdesinin, alacak hesapları büyük kuruluşlar için % 20, küçük / orta ölçekli kuruluşların % 30'unu teşkil ettiği tahmin edilmektedir (Jackling ve ark., 2004: 384). İşletmeler arasındaki işlemler % 80'e varan oranlarda kredili olarak yapılmaktadır (Asselbergh, 1999: 29).

2.2.1. Kredi Politikası

Kredi politikası, kredi yönetiminde izlenen kuralları ifade eder. Kredi politikası kredi standartlarını, kredi koşullarını ve tahsilat işlemlerini kapsar. Kredili satışlar toplam satışların bir fonksiyonudur. Toplam satışlar ekonomik koşullar gibi bir takım faktörlere dayanır, kredili satışlar endüstriyel ve iş normlarından etkilenir. Bütün bu faktörler finansal yönetici tarafından kontrol edilemeyebilir. Kredili satışları kontrol edebilmenin tek yolu firmanın kredi politikasında değişiklikler yapmaktır (Kakuru, 2001: 18). Kredi politikası krediden sağlanacak faydaları maksimize ederken kredi ile ilgili masrafları en aza indirecek şekilde tasarlanmalıdır. Kredi politikası gevşek ya da sıkı kredi politikası şeklinde olmaktadır.

Gevşek Kredi Politikası

Bu politika, müşterilere esnek şartlar ve standartlarda kredi verme eğilimindedir. Finansal durumu şüpheli müşterilere bile kredi verilir. Ancak bu tür müşterilere kredi yüksek faiz oranlarında verilir.

Sıkı Kredi Politikası

Bu politikada, sadece finansal olarak güçlü ve kredi değeri bilinen müşteriler için yüksek selektif bazda kredi verilir. Vadeleri kısa ve indirimler düşüktür.

Kredi politikası; kredi standartları, kredi koşulları ve tahsilat işlemleri olmak üzere üç değişken içerir. Kredi politikası, kredi almak isteyen potansiyel müşterilere rehberlik eder (Gove, 2000: 122).

Kredili, bir satış gerçekleştirildiğinde genellikle müşteri alıcıya ödeme için belirli bir süre tanınır. Her şirketin müşterilerine kredi sağlamada kendi yöntemleri vardır. Bu şirketin “kredi politikası” olarak adlandırılır. Şirketin kredi koşulları, rekabetçi piyasa koşullarına göre oluşturulmalıdır, aksi halde müşterilerin kaybına neden olabilir.

Kredi vadesinin belirleyicileri (Pandey, 2003: 212):

Piyasa rekabeti

Müşterinin finansal gücü

Müşteri tipi (yani toptancı, perakendeci veya nihai tüketici)

Kredi riski

Tüketici talebi

Maliyet, karlılık ve standardizasyondur.

Kredi politikasının unsurları, zamanında ödenmemiş alacakları tahsil için şirketlere imkan verecek efektif bir kredi sistemine rehberlik yapar.

Kredi politikasının unsurları şunlardır (Beckan and Richard, 1984: 29):

Kredi standartlarının geliştirilmesi

Nakit iskontosu ve izin verilen kredi dönemi dahil kredi şartları

Müşteriler için izin verilen kredi limiti

Kredi fiyatı

Kredi analizi

2.2.2. Kredi Limiti

Kredi limiti, kredi miktarını kontrol etmek için yetkililer tarafından oluşturulan, borçlunun kredi alabileceği maksimum tutarı belirleyen kredi politikası unsurlarından biridir (Wikipedia, 2015). Grove'a göre (2005: 39), Kredi limiti, işletmenin belirli bir dönemde vermeyi kabul ettiği maksimum borç miktarıdır. Kredi limiti bir hesapla ilgili olarak işletmenin katlanmayı göze aldığı maksimum risk tutarındır.

Kredi limiti kreditorlere aşağıdaki şekilde yardımcı olur (Smith Per, 1980 : 49):

Diğer kredi yönetim görevleri için zaman yaratır.

Satış sürecini hızlandırır.

Riski azaltır ve tahsilat faaliyet ve çabalarını artırır.

2.2.3. Kredi Analizi

Kredi analizi, müşterilerin ödeme yükümlülüğünü ve ödeme olasılığını belirleme sürecidir. Kredi analizi sürecinde aşağıdaki unsurlar kullanılır (Pandey, 2005: 381).

- (i) Karakter: Borçlunun ilişkilerde dürüst ve adil olması anlamına gelmektedir.
- (ii) Kapasite: Müşterinin, ödeme yeteneğini ve ticari deneyimini ifade eder. Özellikle müşterinin finansal olarak ödeme yeteneğini ifade eder.
- (iii) Sermaye: Sermaye müşterinin finansal durumunu ifade eder. Sermaye, müşterinin ödeme kapasitesi için bir garanti olarak görülür. Ancak bir müşterinin, sermaye tutarı az olsa bile borçlanma vasıtasıyla ödeme yeteneğine sahip olabileceği hususu gözden kaçırılmamalıdır.
- (iv) Teminat: Teminat, müşteri tarafından ödeme yapılmaması riskine karşılık firma tarafından güvenlik amacıyla elde tutulan varlıklardır. Teminat, kredinin geri ödenmesini güvenceye almak için, borç alanın borç veren için belirli maliyetini taahhüt etmesidir. Teminat borçlunun kredi yükümlülük şartlarının herhangi birini yerine getirememesine karşılık oluşan riske karşı bir korunma sağlar (Riter, 2001: 223).
- (v) Koşullar: Müşterinin ödeme yeteneği üzerindeki olumlu ya da olumsuz diğer koşullar ve genel ekonomik koşulları ifade eder.

2.2.4. Müşteri Analizi

Firmanın müşterilerinin kalitesi büyük ölçüde kredi standartlarına bağlıdır. Müşterilerin kalitesi, temerrüt oranı ve ortalama tahsilat süresi konularının altında ele alınabilir. (Nyaga J.M, 2011: 72)

(i) Ortalama Tahsilat Süresi: kredi yükümlülüğü olan müşteriler tarafından ödemenin yapıldığı tarihe kadar geçen süredir. Bu kredi satışları gün sayısı bakımından temsil edilmektedir. Daha uzun bir tahsil süresi daima alacaklara yatırımı arttırır.

(ii) Temerrüt Oranı: Gecikmiş alacakların, alacaklara oranını ifade eder. Temerrüt oranı, müşterilerin kredi yükümlülüğünü yerine getirmedeki başarısızlığını yani temerrüt riskini belirtir.

2.2.5. Kredi Standartları

Kredi standartları kısa bir süre içinde firmanın kredi açacağı müşterilerini listeleme amacıyla bir firma tarafından benimsenen asgari kriterler anlamına gelir. Kredi derecelendirme, kredi referansı, ortalama ödeme sürelerinin kredi standartlarının belirlenmesi ve uygulanması için dikkate alınması gerekir. Bir firma tarafından takip edilen kredi standardının niteliği doğrudan satış ve alacaklardaki değişikliklere bağlı olabilir. Van Home'a göre, artan satış ve yavaş ortalama tahsilat döneminden kaynaklanan alacaklar ek yatırım maliyeti gerektirir.

Bir liberal kredi standardı her zaman müşterileri ilişkilerinde ikna yolu ile satışları arttırma eğilimindedir. Bir firma, şüpheli alacakların kaybı ve yönetim giderlerinin sürdürülmesiyle beraber alacaklara yatırımı genişletmek zorundadır. Kredi ödeme sürelerinin uzatılması gibi daha liberal durumlar müşterilerin zamanında ödeme yapmasını geciktirebilir. Bunun tersi olarak da sıkı bir kredi standardı sadece finansal açıdan güçlü müşterileri sağlar.

İhtiyatlı bir firma sadece satış genişletilmesi yoluyla ortaya çıkan karlılıkla ilişkili çeşitli masrafları aşan seviyeye kadar kredi standartlarını düşürmeyi tercih etmelidir. Bu şekilde, optimum kredi standartları belirlenebilir ve artan getiri ve artan maliyetler arasındaki denge korunabilir (<http://www.nber.org/chapters/c5659.pdf>).

2.2.6. Fiyat İskontoları

Fiyat iskontoları mal veya hizmetlerin temel fiyat indirimlerini içerir. Bunlar üreticinin dağıtım kanalının hiçbir yerinde değiştiremeyeceği liste fiyatı (üretici tarafından belirlenen ve genellikle paketin üzerinde yazılı olan), satış fiyatı (bir etiket ile ürüne perakendeci tarafından belirlenen ve genellikle ekli) veya liste fiyat (yazılı, genellikle potansiyel alıcıya ait) piyasa fiyatı (aynı zamanda etkili fiyat denir) gerçekte ödenen tutardır. İndirimlerin amacı, kısa vadeli satışlarını artırmak değerli müşterileri ödüllendirmek ve dağıtım kanalı üyelerini teşvik etmektir. Bazı indirimler ve iskontolar satış promosyonunun biçimleridir (Wikipedia, 2015).

2.3. Tahsilat Politikası

Alacak yönetimi kavramını ortaya konulması sırasında da belirtildiği gibi; alacaklar arttığında işletmenin para gereksinmesi ve bunun sonucu olarak, finans yöneticisinin sorunları artmaya başlar.

İşletmenin satışlarını artması ya da arttırılması yolunda politikalar her ne kadar en arzulanan gelişmeler ya da politikalar ise de, artan satışların ortaya çıkarabileceği ek finansman gereği bazen finans yöneticisinin satışlar aleyhinde fikir öne sürmesine kadar giden garip durumlarla karşılaşmamıza neden olabilir. Artan satışların yükleyebileceği finanslama sorununu çözümlemek finans yöneticisinin en önde gelen görevlerinden birisidir.

Ancak satış departmanı çok rahat bir kredileme sayesinde satışları arttırmayı planlamakta ve bu kredilemenin ortaya çıkardığı finanslama sorununu finans yöneticisinin önüne getirir ise, finans yöneticisinin bu sorunu kredi politikası, dolayısıyla satış politikasını daraltarak çözümlemesini, yani satışları o ölçüde arttırılmasının aleyhinde bulunmasını da olağan karşılamak gerekir. Zira, alacak hesaplarındaki söz konusu artış bir yatırım kararıdır ve her yatırım kararı gibi fon kullanımı açısından belli standartlara uyularak verilmelidir. (National Association of

Credit Manangement, 2015). Etkili tahsilat politikası firmaya müşterilerden zamanı geçmiş ödemelerin tahsil edilmesine imkan verir.

2.3.1. Kredi Tahsilat Prosedürü

Kredi tahsilat prosedürü aşağıdaki gibi özetlenebilir;

Müşteri memnuniyet telefonları: Memnuniyetsiz müşterilerin geç ödeme olasılığı daha muhtemeldir. Memnuniyet telefonları, müşterilere ihtiyaçları hakkında bilgiler sunar. Bu aramaların sonunda ödeme tarihi sağlamlaştırılır böylece faruraların erken ödenmesi sağlanacaktır. Görüşmenin zamanlanması, ürün ya da hizmetin tesliminden üç gün sonra, ödemenin vadesi dolmada önce olmalıdır (Grover, 2000: 174)

Vade aşımı için birinci, ikinci ve üçüncü ikaz: Vade süresinin geçtiğinin dostça hatırlatılmasıdır. Ödemeyi yapmayı unuttuğunuzu veya faturayı kaybettiğinizi varsayıyoruz şeklinde bir uyarı yapılmalıdır.

Tahsilde ilk telefon görüşmesi: Ödememe için bir neden olup olmadığını öğrenmek için gerçekleştirilen telefon görüşmesidir.

Tahsilde ilk mektup: İlk telefon görüşmesiyle tutarlı, dili doğrudan ve nazik olacak bir şekilde düzenlenir. İlk çağrıda söylenenleri yazılı olarak teyit edecek ve borçlunun sözünü hatırlatacak şekilde yazılır.

Tahsilde ikinci telefon görüşmesi: Bu durumda ödeme 30- 40 gün geçmiş bulunmaktadır. Kibar fakat kesin bir dille ödemenin tam olarak ve derhal yapılması istenir. Ödeme sorunları çözülmeye çalışılır. Borçlu hemen ödeme yapmayacak ise bir ödeme tarihi istenir.

Tahsilde ikinci mektup: Ciddi bir şekilde iletişim kurma zamanıdır. Bu mektup ile derhal ödeme talep edilmelidir.

Nihai tahsil mektubu: Sert bir biçimde ödeme talep edilmelidir. Ödemeyi talep etmek ve son aramada mutabık kalmak için bu mektup kullanılır.

Diğer taraftan, mal ve hizmetler için müşterilere bir fatura gönderme işlemine faturalama denir. Faturalar mallara birleştirilmiş ya da ayrı olarak gönderilebilir.

Ek olarak, alacakları hızlandırmak ve etkili faturalama planı ile gecikmiş ödeme problemleri önlenebilir, satış gelirlerini arttırmak yoluyla firmanın karlılık düzeyi arttırılabilir.

2.3.2. Faturalama Süreci

Faturalama süreci 4 aşamadan oluşur;

Etkili fatura oluşturma: Faturaların, açık, doğru, detaylı olduğundan emin olun. Herbir fatura miktar, sipariş numarası, müşteri adı ve adresi, işletme adı ve kimlik numarası içermelidir. Ayrıca herhangi bir sorun için firmanızdaki bir kişinin adını ve irtibat numarasını içermelidir (Grover, 2000: 179).

Zamanında fatura gönderimi: Faturalar ne kadar erken iletilirse ödemeler de o kadar erken olur. Bazı küçük işletmeler aylık fatura gönderir fakat bu bir hatadır çünkü alacakların iki ya da üç hafta gecikmesine neden olabilir. Bunun yerine, ürün veya bir projenin tamamlanması ve tesliminden sonra bir veya iki gün içinde fatura gönderilmelidir.

Doğru kişiye faturalama: Yanlış kişiye gönderilen fatura bir şirket içinde 30 ya da 60 gün dolaşabilir. Müşteriyle direkt konuşun ve faturayı kimin adına göndermeniz gerektiğini isteyin. Fatura gününüz için günlük temas kurun başka birine gidiyor ise, arayın ve fatura göndermeden önce kendinizi tanıttın. Eğer faturayı muhasebeciniz ya da muhasebe departmanınız gönderiyorsa, telefon görüşmesi ile takip ediniz.

Takip: Muhasebeci faturaları gözden kaçırabilir bu yüzden telefonla takip yapınız.

2.3.3. Faturalama ve Kredi Tahsil İşlemi

Tahsil işlemi vadesi geçmiş tutarların ne zaman ve nasıl tahsil edileceğine ilişkin atılacak adımların ayrıntılı bir ifadesidir. Tahsilat prosedürü ve kredi politikası genellikle birlikte yürütülür. Zamanı geçmiş hesaplar için güçlü ve etkili bir tahsilat politikanız varsa, bu satış gelirinizin ve nakit miktarının artmasına neden olacak ve karlılık üzerinde olumlu bir etki yaratacaktır (Grove, 2005: 47).

2.4. Karlılık

Karlılık, satışlardan elde edilen gelir ile mal ve hizmet tedarikinde oluşan maliyet arasındaki farktır. Akademisyenler, karı giderler ve gelirler arasındaki fark olarak tanımlamışlardır. Geleneksel ekonomistlere göre, kar maksimizasyonu bir işin hedefidir. Kar bir organizasyonun sonucudur ve risk üstlenmelerine karşılık girişimciler için bir ödüldür (Mutenya, 2007: 20). Bir şirketin hayatta kalmak ve uzun bir süre boyunca büyümeye devam edebilmesi için kar elde etmesi gerekir. İşletmeler, toplumun refahı, toplum geneline katkı yapmak, işlemlerini sürdürebilmek için yeterli kar elde etmelidir.

Stoner (1996: 141) karlılığı, brüt kar marjı, net karmarjı ve öz kaynak karlılığı gibi rasyolarla ifade edilebilir gelirlerin giderleri aşması olarak tanımlamaktadır. Şirket yönetimi yanında alacaklılar ve hissedarlar da firmanın karlılığıyla ilgilenir. Alacaklılar pay sahiplerinin yatırımından makul bir getiri elde etmek isterken, anaparanın geri ödenmesi için faiz geliri de elde etmek isterler. Bu da sadece firmanın kar elde etmesiyle mümkün olabilir.

2.4.1. Karlılık Analizi Nasıl Yapılır

Karlılık analiz rasyo analizleri ile yapılır. Rasyo analizi, tek bir finansal tablo unsurlarını karşılaştıran veya iki mali tablonun unsurları arasındaki ilişkileri inceleyen bir süreçtir. Aynı zamanda bianço ve gelir tablosuyla ilgili göreceli önlemler sağlar. Her yılki mali veriler için oranlar saptandıktan sonra, analist şirketin ardışık yıllar için trendlerini

inceleyebilir. Bu analitik araçlar kullanılarak hem şirket içi hem şirketler arası karşılaştırmalara olanak sağlanır (Business encyclopedia, 2015: 21).

Finansal rasyoları kullanan bir finansal analist iki tür karşılaştırma yapar:

Endüstri karşılaştırması: Bir şirketin oranları ile benzer şirketlerin ya da endüstri ortalamalarını norm alan şirketin rakamlarının karşılaştırılmasıdır.

Trend analizi: Mali tablolarda yer alan kalemlerin zaman içerisinde gösterdikleri eğilimlerin incelenmesi ile yapılır. Baz yılı izleyen yıllardaki mali tablo kalemlerinin baz yıla göre göstermiş oldukları eğilimler incelenir.

Firmanın karlılığını analiz etmek için kullanılan oranlar şunlardır:

Karlılık rasyoları

Verimlilik rasyoları

Likidite rasyoları

Rasyolar birçok türü kapsamalarına karşın aşağıda karlılık analiziyle ilgili olanlar incelenmiştir.

1. Karlılık Rasyoları: Karlılık rasyoları, firmanın yatırımlarında getirisini ölçmek için kullanılır. Ayrıca, getiride kabul edilebilir bir oran oluşturmak için, giderlerin kontrolü ve firmanın varlıklarının kullanımını ölçer (Brealey, Myers & Marcus, 2004: 308). Rasyoların sınıflandırılması adı altında birçok rasyo çeşidi vardır. En iyi bilinen oranlar aşağıdaki gibidir:

Kar Marjı: Bir ürün veya hizmetin satışından beklenen kar oranıdır.

$$\text{Kar Marjı} = \text{İşletme Karı} / \text{Net Satışlar}$$

Aktif Karlılığı (Varlıkların Getirisi): Şirketin varlıklarının tüm getirisini ölçer.

$$\text{Aktif Karlılığı} = \text{Net Gelir} / \text{Toplam Varlıklar}$$

Öz Sermaye Karlılık Oranı: Öz kaynakların getirisini ölçer.

$$\text{Öz Sermaye Karlılık Oranı} = \text{Net Gelir} / \text{Ortalama Özkaynaklar}$$

2. Verimlilik Rasyosu: Genel olarak, finansal rasyolar bir şirketin varlık ve yükümlülüklerini ne kadar iyi kullandığını analiz etmeye yarar. Verimlilik rasyosu ile, alacakların devir hızı, yükümlülüklerin ödenmesi, öz kaynak miktarını ve kullanımını envanter ve makine genel kullanımını hesaplayabiliriz (Libby & Short, 2004: 96).

Alacak Devir Hızı: Bu oran alacakların tahsil kabiliyetini gösteren bir ölçüdür. Bu orana alacakların paraya dönüşme çabukluğu da denmektedir.

$$\text{Alacak Devir Hızı} = \frac{\text{Net Kredili Satışlar}}{\text{Ticari Alacaklar Toplamı}}$$

Varlık Devir Hızı: Bu oran varlıkların her TL başına satış miktarını belirlemek için kullanılır.

$$\text{Varlık Devir Hızı} = \text{Gelir} / \text{Varlıklar}$$

Stok Devir Hızı: Bu oran, bir dönemin stokları ile satışları arasındaki ilişkiyi görmeye yarar.

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

3. Likidite Rasyoları: Bir işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme gücünü diğer bir deyişle likiditesini ölçen oranlardır (Libby & Short, 2004). En çok bilinen türleri aşağıdakilerdir;

Asit Test Oranı: İşletmenin kasa mevcudu, pazarlanabilir hisse senedi ve tahvillerle, alacakları toplamının kısa süreli borçlarına olan oranını ifade eder.

Asit Test Oranı = Dönen Varlıklar – Stoklar / Kısa Vadeli Borçlar

Nakit Akım Oranı: İşletmenin nakit rezervlerinin yabancı kaynakları karşılama gücünü gösteren orandır.

Nakit Akım Oranı = Dönen Varlıklar / Kısa Vadeli Borçlar

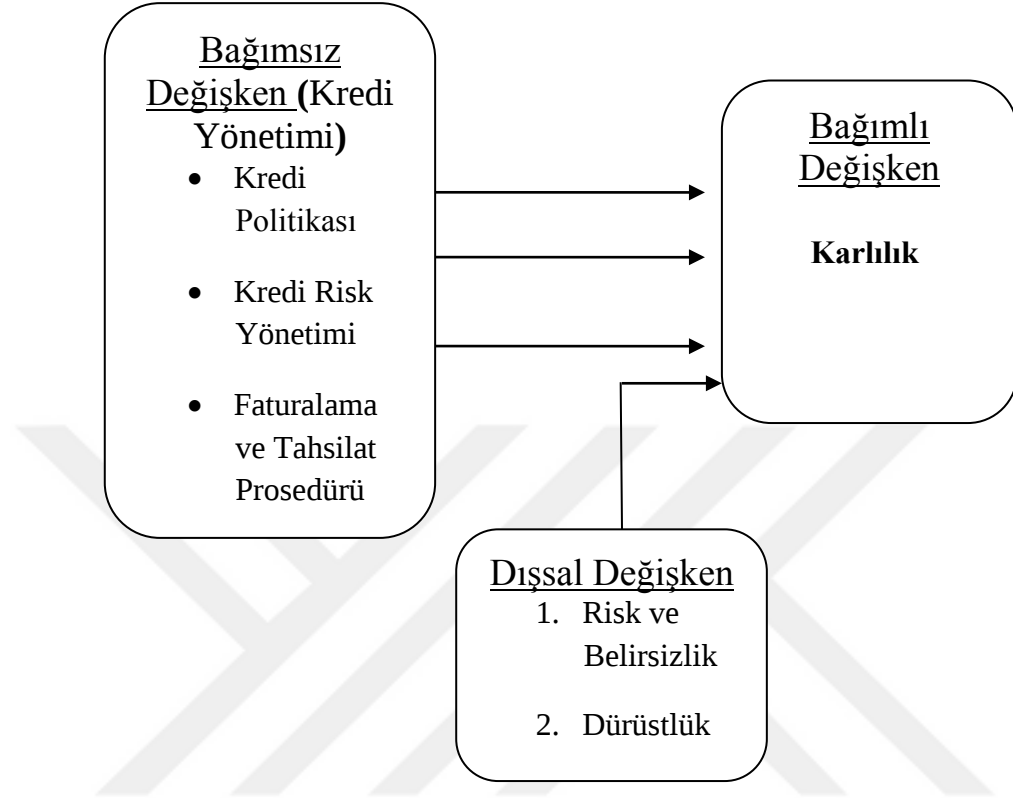
2.5. Karlılık ve Alacak Hesapları Yönetimi Arasındaki İlişki

Alacakların etkin yönetimi için, firmanın uygun bir kredi politikası oluşturması gerekir. Kredi politikası şüpheli alacakların düzeyini belirlemektedir. Firma alacaklarını tahsil ederken müşterilerini teşvik etmeli ve müşterilerle güvene dayalı ilişkiler kurulmalıdır (Kakuru, 2000: 34). Bununla birlikte finansal yönetici, cari varlıklar ile karlılık ve likidite arasındaki dengeyi korumak için alacakların düzeyini değiştirebilir. Kredi standartlarının düşürülmesi kar artışına yol açan satış düzeyini artırır. Ama aynı zamanda alacaklardaki artışın yanı sıra şüpheli alacak kayıplarının ek maliyet oluşturması riski vardır.

Brockington (1993: 117), artan satışlardan kaynaklanan ek alacakların bir fırsat maliyeti ve yavaş ortalama tahsil süresi olduğunu savunur. Yeni müşteriler liberal kredi standartları aracılığıyla çekilirse, bu müşterilerden yapılan tahsilatların mevcut müşterilerden gelen tahsilatlara göre daha yavaş olması muhtemeldir. Böylece liberal kredi politikası belirli müşterilerin yükümlülüklerini zamanında ödemesinde rahat davranmasına neden olabilir.

Kakuru'ya göre (2000: 35), liberal kredi politikası mümkün olan en az maliyetle bu kredi politikasından beklenen faydaya ulaşamayabilir. Diğer yandan sıkı bir kredi politikası düşük maliyetler söz konusu olduğundan avantajlı olabilir. Ama bu satış gelirlerini azaltabilir.

Şekil 2.3. Kredi Yönetimi ve Karlılık Arasındaki İlişki (KAVRAMSAL ÇERÇEVE)



Kaynak: (Managing accounts Receivable and Profitability Jamal Hassan, 2011: 37)

2.5.1. Kredi Risk Yönetimi

Risk bir olay ve onun olasılık kombinasyonu olarak tanımlanabilir. Bununla birlikte her türlü girişimde, belirli bir başarı elde edebilmek için katlanılması gereken bir risk vardır. Pyle'a göre (1997: 77) ise risk iş çevresindeki değişiklikler nedeniyle firma değerindeki azalmadır.

İşletmelerin karşılaşılabileceği risklerin başlıcaları şunlardır:

Piyasa Riski: Faiz oranları, döviz kurları ve hisse senedi ve genel fiyatlar seviyesi gibi ekonomik faktörlerdeki değişiklikler nedeniyle, net aktif değerindeki değişimdir.

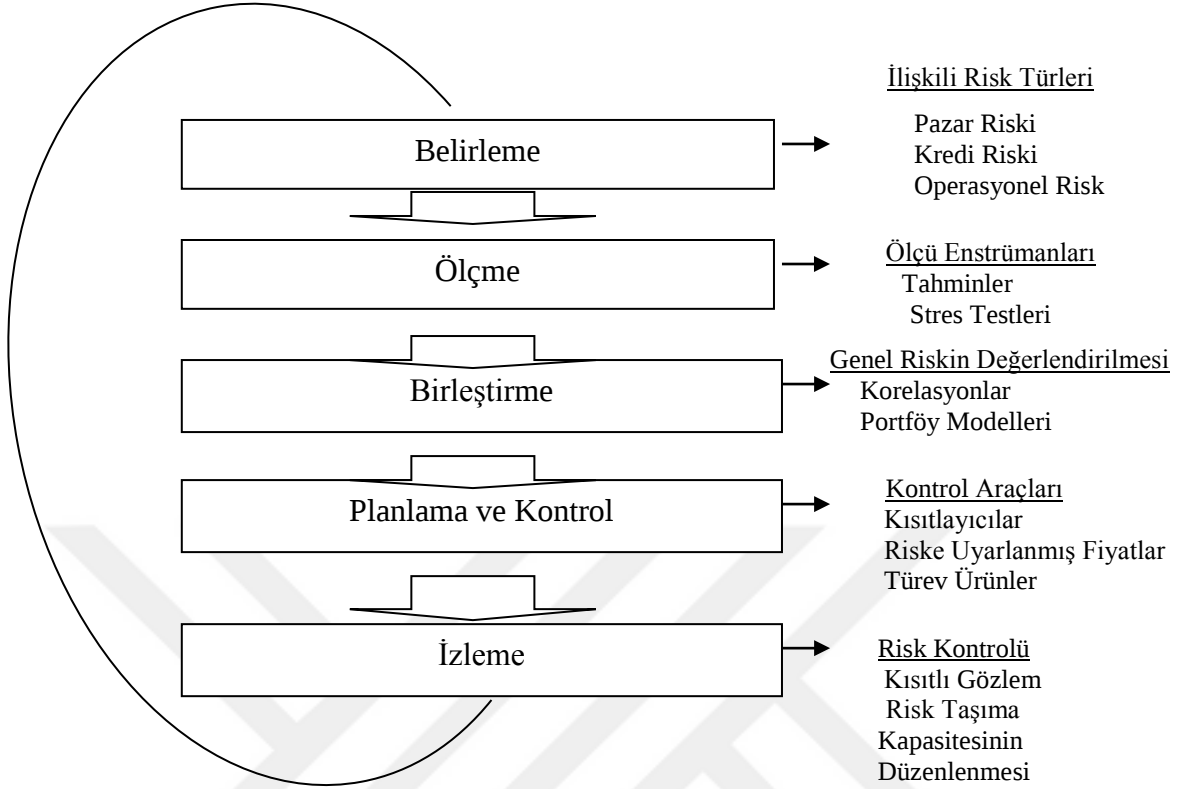
Kredi Riski: Sözcüklerini karşılamak için karşı tarafın algıladığı değışikliklerin net aktif değeriindeki değışimdir.

Operasyon Riski: İç süreçlerdeki başarısızlıklardan, çalışanların hataları veya sahtekarlıklarından veya işletme içindeki sistemin tutarsızlıklarından kaynaklanan dolaylı veya dolaysız olarak zarar edilmesi durumunu ifade etmektedir.

Performans Riski: Çalışanları uygun şekilde izlemek ya da uygun yöntemler kullanmak ("model riski" de dahil olmak üzere) ile ilgili hatalardan kaynaklanan kayıpları kapsar.

Kredi riski yönetimi şeffaflık ve riski azaltmak için alıcının kredilibitesini yönetebilecek riskleri değerlendiren sürekli bir süreçtir. Riski yönetmek ve üçüncü kişilerden kaynaklanan riski önlemek için, aşağıdaki şekilde belirtildiği gibi, kredi risk yönetimi, risk yönetimi kontrol döngüsü oluşturulur.

Şekil 2.4. Risk Yönetimi Kontrol Döngüsü



Kaynak: (Bessis & Joel 2002: 78)

Yukarıda da belirtildiği gibi, bir firmanın karşılaştığı potansiyel riskleri değerlendirmek üzere firmanın üçüncü şahıslara kredi vereceği zaman risk yönetimi kontrol döngüsünü oluşturur. Bessis ve Joel'e (2002: 76), göre kredi risk kontrol döngüsü aşağıdaki aşamalardan oluşur:

Kredi riski yöneticisi firmanın karşılaşacağı olası zararları tespit etmelidir. Bu zararlar ikiye ayrılır:

Beklenen zararlar,

Beklenmeyen zararlar.

Kredi risk yöneticisi, tahminler, stres testleri, korelasyon ve portföy modelleri kullanarak potansiyel riski ölçmelidir.

Kredi risk yöneticisi, riske uyarlanmış fiyatları kullanarak riski planlamalı ve kontrol etmelidir.

2.5.2. Kredi Risk Yönetiminin İlkeleri

Kredi yönetimi genellikle bir şemsiye altında yürütülen alacak hesaplarının muhasebe fonksiyonlarını tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Etkin şekilde kredi yönetimi uygulandığında işletmeler finansal istikrarı sağlayacak şekilde hizmet verir.

Çeşitli faktörleri değerlendirmek kredi yönetimi sürecinin bir parçası olarak kullanılmaktadır. Bu faktörler kredi puanı dahil olmak üzere potansiyel müşterinin, mevcut finansal durumuna ilişkin verileri içerebilir.

Herhangi bir ticari işletmenin amacı kazanç elde etmektir ve kredi, satışı artırmak için kullanılır. Ancak yönetimin veya alacakların birincil amacı satışların artışı ile sınırlı olmamalı, aynı zamanda yatırımın genel getirisinin maksimizasyonunu da içermelidir. Bu nedenle, alacak yönetimi sadece mümkün olan en kısa vadeli tahsilat veya alacaklar ile sınırlı olmamalı, aynı zamanda alacak yönetimi ile ilgili çok sayıda fayda maliyeti de içermelidir.

Alacak yönetimi, sağlamlılık, etkinlik ve karlılığı sağlamak için işletme uygun ilkeleri takip etmelidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. METODOLOJİ

Bu bölümde, çalışmanın nasıl planlandığı ve veri toplamada araştırmayı yürüten yöntemler açıklanmıştır. Bu araştırma tasarısı, örnekleme tasarımı, çalışma popülasyonu, örneklem büyüklüğünü, veri kaynağını veri toplama yöntem ve tekniklerini, veri sunumu ve analizini ve çalışmanın sınırlarını sunmaktadır.

3.1. Araştırma Tasarısı

Bu çalışmada tanımlayıcı korelasyon nicel tasarımı kullanılmıştır. Araştırmacı mevcut koşulları tanımlamak ve anket yoluyla katılımcılardan toplanan bilgiler kullanılarak seçilen üretim şirketlerinin kredi yönetimi ve karlılık düzeyini araştırmak amacıyla etki alanını ölçmek için kantitatif bir yaklaşım kullanmıştır. Tanımlayıcı korelasyon kantitatif tasarımı, ölçülebilir sonuçlarla, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi kurmak için kullanılmıştır.

3.2. Araştırmanın Popülasyonu

Çalışma üç üretim şirketi, Nugal Su Şirketi, Farjanno Mineral Su Şirketi ve Jubba Maden Saf Su Şirketi üzerinde odaklanmıştır. Tüm bu üretim şirketleri, Somali Puntland Eyaletinde faaliyet göstermektedir. Çalışmanın hedef popülasyonu, bu şirketlerin tüm çalışanları ve bu şirketlerin bazı müşterileridir. Bu üretim firmalarının seçilmesinin ilk nedeni kredili satışlarının %60 civarında olmasıdır. İkinci olarak, bu şirketler Puntland deki en büyük üretim şirketleri arasında yer almaktadır.

Tablo 3.1. Çalışmanın Hedef Popülasyonu

Popülasyon Kategorisi	Popülasyon Grubu	Popülasyon Sayısı	Örnek boyutu
Farjanno Su Şirketi	Finans yöneticisi	1	1
	Müşterileri	6	5
	Çalışanlar	9	8
Nugal Su Şirketi	Finans yöneticisi	1	1
	Müşterileri	6	5
	Çalışanlar	10	9
Al-nacim Su Şirketi	Finans yöneticisi	1	1
	Müşterileri	5	5
	Çalışanlar	9	8
Toplam		48	43

Örnek Hacim

Bu çalışmanın toplam popülasyonu 48'dir ve Sloven formülüne göre bu çalışmanın örneklem büyüklüğü 43'dür. Formül; $n = N / (1 + N \cdot e^2)$, formülde: n = örnek sayısı, N = toplam nüfus, ve e = hata marjı'dır, %5 = 0.05 (Mugenda, 2003: 55).

3.3. Prosedür

Bu çalışmada amaca yönelik örnekleme tekniği kullanılmıştır. Amin'e (2005: 72) göre, "amaca yönelik örnekleme, katılımcılara ilişkin toplanan bilgilerde, araştırmacının kendi yargısına yer verdiği örnekleme türüdür." Kendi yargısını kullanarak bu çalışma ile ilgili bilgilere sahip olduğuna inanan ve anket sorularını dağıtan araştırmacı, katılımcıları seçmek için amaçlı örnekleme yöntemini kullanmıştır. Bu çalışma kapsamında amaçlı örnekleme finans yöneticileri için kullanılmıştır.

Ayrıca araştırmacı, bu çalışma için daha yararlı olacağını düşündüğü için amaçlı örneklemi seçmek yoluyla katılımcıları seçmiştir. Basit tesadüfî örnekleme müşteriler için kullanılmıştır.

3.4. Araştırmanın Gereçleri

Bu çalışmada, yapılandırılmış bir araştırma anketi kullanılmıştır. Anket, çalışmanın hedeflerine ulaşmak için hazırlanmış, biçimlendirilmiş bir sorular kümesidir (Mugenda & Mugend 1989: 30).

Anket, kapalı uçlu sorular da dahil 27 sorudan oluşmaktadır. Katılımcılara işletmenin bir kredi politikası varsa bunun, kredi yönetimini, kredi risk yönetimini faturalama ve tahsil politikalarını ve karlılığı nasıl etkilediği sorulmuştur.

Söz konusu anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, katılımcıların; yaş, cinsiyet ve eğitim durumunu; ikinci bölüm, alacak hesaplarının yönetim düzeyini; üçüncü bölüm, karlılık düzeyini analiz etmeye dönük soruları içermektedir. Finans yöneticileri, müşteriler ve görevleri ile meşgul olduğundan, onlardan anketi boş zamanlarında cevaplamaları nazik bir biçimde istenmiş böylece tutarlılık sağlanmaya çalışılmıştır.

3.5. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Çalışmanın geçerliliği, uzman bilgisi ile ve geçerlilik katsayısının %70 olması ile güvenceye alınmıştır.

Anketin geçerliliği uzman görüşü ile ve likert ölçeği kullanılarak kontrol edilmiştir. Ölçeğin nötr bir orta noktaya sahip olup olmaması konusu sık sık tartışma konusu olmaktadır. Anderson (1990: 10), iki sebepten nötr noktanın olması gerektiğini söylemektedir. Birincisi, orta nokta olmaksızın, bazı insanlar ilgili soruyu boş bırakmakta ya da ortalarda ki herhangi bir noktayı işaretlemektedir. İkincisi ise, araştırmalar göstermiştir ki, nötr bir durumun olmadığı zaman nötr olmayan durumlara cevap veren insanların oranı, nötr bir nokta olduğu ve nötr cevaplayıcıların çıkarıldığı

zamanki cevaplayıcıların oranına benzerdir. Anderson (1981: 22) “fikrim yok” seçeneği olduğunda cevaplayıcıların gerçek seçimini söylemekten kaçındıklarını, bu nedenle çift sayıda seçenek kullanılmasının gereğini vurgulamaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada dördümlü Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçek; “kesinlikle katılıyorum”, “katılıyorum”, “katılmıyorum”, “kesinlikle katılmıyorum” olarak şekillendirilmiştir. Kapsam geçerlilik endeksi 0’dır. Amin’e (2005: 25) göre, yatırımın geçerli olarak kabul edilmesi için ortalama endeks 0,7 veya üzeri olmalıdır.

Bu çalışmada, araştırmacı test- tekrar test yöntemini kullanmıştır. Araştırmacı konuya ilişkin bir grup enstrüman üzerinde bir ön test yapmış ve iki hafta beklemiştir. İki hafta sonra, araştırmacı aynı gruba, aynı testi uygulamıştır ve aynı sonuçlara ulaşmış (aynı cevapları almış) böylece enstrüman güvenli hale gelmiştir.

3.6. Veri Toplama Prosedürü

Araştırma önerisi alındıktan sonra, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü öğrencisi olan araştırmacı, seçilen üretim şirketlerine araştırma anketlerini gönderebilmek için akademik yetkililerden izin istemiştir. Araştırmacı seçilen üretim şirketlerine üniversitenin ekli yazısı ile anket dağıtmıştır. Anket dağıtıldıktan sonra, araştırma verileri toplanmış ve analiz sonuçları incelenmiştir.

3.7. Veri Analizi

Araştırmacı katılımcılar tarafından doldurulan anketi aldıktan sonra katılımcıların profil analizi için yüzde ve frekansları için çapraz tablolama yöntemini kullanmıştır. Araştırmacı, analiz için kredi yönetim düzeyini uygulamaya koymuştur. Sonrasında, araştırmacı Somali Garowe Puntland Eyaletinde seçilmiş üretim şirketlerinin kredi yönetim düzeyi ve karlılıkları arasındaki ilişkiyi analiz etmek için kişi korelasyon katsayısını kullanmıştır.

Korelasyon çalışması, iki değişken (X ve Y) arasındaki ilişkiyi tanımlamak ve ölçmek için kullanılan istatistiksel bir tekniktir.

Araştırmacı toplanan verileri SPSS'e manuel olarak girmiş ve bu bilgileri grafiksel sunum ile birleştirmiştir.

SPSS'in ilk versiyonu 1968 yılında Norman H. Nie and C. Hadlai Hull tarafından yayınlanmıştır. SPSS sosyal bilimlerde istatistiksel analiz için kullanılan en yaygın programlardan biridir. Program piyasa araştırmaları, sağlık araştırmaları, anket şirketleri, hükümetler, eğitim araştırmacıları, pazarlama örgütleri ve diğerleri tarafından kullanılmaktadır (Wikipedia, 2015).

3.8. Etik Değerlendirme

Araştırmacı katılımcılardan toplanan verileri gizli tutmuştur. Katılımcılar araştırmanın amacı ve içeriği hakkında bilgilendirilmiştir.

3.9. Araştırmanın Sınırları

Somali'de faaliyet gösteren işletmelerin çoğunun finansal bilgilerini açıklamayı istememesi araştırmacı için bir engel oluşturmuştur. İkinci olarak, araştırmacı ülkesinde araştırma yapmak için çok kısa bir zamana sahipti. Söz konusu engeller sıkı bir çalışma ve katılımcıları araştırmanın akademik amaçla yapıldığı ve bilgilerin gizli tutulacağı konusunda ikna edilmesiyle aşılmaya çalışılmıştır.

Aşağıdaki beklenen tehditler bu çalışma için engel oluşturmuştur:

Katılımcıların kişisel ön yargıları, gerekli bazı dergi ve makalelere erişim engelleri, Yoğun programları nedeniyle üst düzey yöneticilerden yeterli zaman alınamaması.

Test: Araştırma ekipmanları, katılımcıların zaman ve durumlarından kaynaklanan farklılıklarından dolayı bazı veri tutarsızlıkları belirledi. Bu tutarsızlıklar oryantasyon ve bilgilendirme ile minimize edildi.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. VERİ SUNUM, ANALİZİ VE YORUMU

Bu bölüm, verilerin sunumu, analiz ve yorumunu içerir. Araştırma sorularının yanı sıra araştırma hedeflerine dayalı veri analizi ve yorumu iki bölüme ayrılır. İlk bölüm, Garowe’da seçilen üç su şirketinin çalışanlarına sorulan soruları içerir. Bu bölümde iki kısım vardır; birinci kısım, katılımcıların profili ve demografik bilgilerini içerirken, ikinci kısım araştırma hedefleri, araştırma sorularının analizi ve yorumlanmasını içerir. İkinci bölümde yukarıdaki gibi iki kısımdan oluşur ve seçili su şirketlerinin müşterilerine sorulan soruları içerir.

4.1. İlk Bölümü Cevaplayanların Demografik Bilgileri

Bu bölüm, çalışmaya katılan katılımcıların arka plan bilgilerini sunar. Bu arka plan bilgilerinin amacı, katılımcıların özelliklerini öğrenmek ve çalışmanın nüfus dağılımını göstermektir.

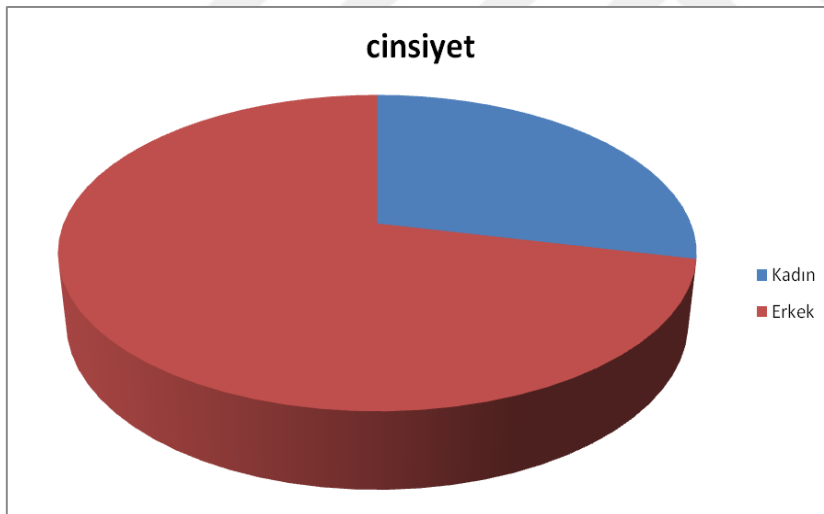
Buna ek olarak, bu çalışmanın birinci amacı, katılımcıların çoğuna ait kategorinin ne olduğunu, yaş, cinsiyet, eğitim durumunu, göstermektir. Bu amaca ilişkin veriler şu soru altında analiz edildi; Katılımcıların profili, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi nedir?

Tablo 4.1. Katılımcıların Profili

Geçerli Nüfus	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	8	28.6	28.6
Erkek	20	71.4	100.0
Toplam	28	100.0	

Yukarıdaki tablo, katılımcıların %71,4'inin erkek, %28,6'nın kadın olduğunu göstermektedir. Bu erkek katılımcıların çoğu, John Philipez (2007: 52) tarafından yapılan bir araştırmaya paralel olarak, yönetici pozisyonlarında ve iş ve iş dışı örgüt faaliyetlerinde erkeklerin baskın olduğunu göstermektedir.

Şekil 4.1. Çalışanların Cinsiyet Dağılımı



Tablo 4.2. Çalışanların Yaş Dağılımı

Geçerli	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
>25	7	25.0	25.0
26-35	21	75.0	100.0
Toplam	28	100.0	

Tablo 4.2'ye göre, katılımcıların %75'inin yaş aralığı 26- 35 yaş arasındadır. Ankete katılanların %25'inin yaşı 25'den küçüktür. Bu katılımcıların çoğunun 26 ve 35 yaş aralığında olduğunu gösterir. Örgütsel davranış ilkeleri, yaş ile karar verme arasındaki ilişki incelendiğinde gençlerin daha çabuk kararlar verdiğini ve bunun da yüksek riske neden olduğunu belirtmiştir.

Tablo 4.3. Çalışanların Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Sertifika	2	7.1	7.1
Ön lisans	10	35.7	42.9
Lisans	9	32.1	75.0
Lisansüstü	7	25.0	100.0
Toplam	28	100.0	

Tablo 4.3, bu ankete katılan çalışanların %7.1'ini sertifika sahiplerinin oluşturduğunu, katılımcıların %25'inin lisans üstü diploma sahipleri, %35.7'sinin ön lisans diploma sahibi ve %32.1'inin de lisans diploma sahibi olduğunu göstermektedir.

Şekil 4.2. Çalışanların Eğitim Seviyesi



Tablo 4.4. Çalışanların İşletmedeki Çalışma Süreleri

Çalışma Süresi (yıl)	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
2	13	46.4	46.4
2-6	9	32.1	78.6
7-10	5	17.9	96.4
11	1	3.6	100.0
Toplam	28	100.0	

Tablo 4.4, katılımcıların %46,4'ünün 1- 2 yıl, %32,1'inin 2- 6 yıl, %17,9'unun 7- 10 yıl ve %3,6'sının 11 yıldan daha uzun bir süredir şirketlerinde çalıştığını göstermektedir.

4.2. Araştırma Soruları İki

Bu bölüm, çalışmanın ikinci amacı olan Garowe’da seçili üretim şirketlerinde kredi yönetim düzeyinin belirlenmesi için oluşturulmuştur. Bu amaca ulaşmak için, araştırmacı bir dizi soru sormuştur. Sonuçlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 4.5. Seçili Üretim Şirketlerinin Kredi Yönetim Düzeyi

Ölçüm Yapılan Alanlar	Ortalama	Yorum
Kredi Politikası:	1.8	Katılıyorum
1. Şirket potansiyel alıcıları belirleyen bir kredi politikasına sahiptir.	1.64	Katılıyorum
2. Kredi politikası üst düzey yöneticiler tarafından belirlenir.	2.00	Kesinlikle katılıyorum
3. Kredi politikasının bileşenleri: Kredi limiti, kredi iskontosu ve kredi vadesidir.	1.89	Katılıyorum
4. Şirketin kredi politikası zamanı geçen alacakların tahsilinde ve satışların arttırılmasında etkilidir	1.89	Katılıyorum
5. Şirketiniz kredi politikasının firmanın karlılığı üzerinde büyük etkisi vardır.	1.75	Katılıyorum
Kredi Risk Yönetimi:	1.95	Kesinlikle katılıyorum
6. Şirket; Bankalar, denetlenen finansal tablolar, kredi geçmişi ve ticari referanslar aracılığıyla potansiyel müşteri kredi değerliliğini araştırmaktadır.	1.93	Kesinlikle katılıyorum
7. Şirket müşterilerine ticari kredi vermeden önce kredi belirleme analizi kullanmaktadır	2.04	Kesinlikle katılıyorum
8. Kredi risk yönetimi, ödenmeyen kredileri ve kredi maliyetini düşürür.	1.89	Katılıyorum
Kredi Tahsilat ve Faturalama Prosedürü:	1.8	Katılıyorum
9. Şirket faturaları zamanında gönderir.	1.96	Katılıyorum
10. Şirket faturaların alınmış olup olmadığından emin olmak için telefonla takip yapar	2.04	Kesinlikle katılıyorum
11. Finans yöneticileri, kredi limiti ve vadesini belirleyen ve krediye onay veren kişilerdir.	1.64	Katılıyorum
12. Tahsili gecikmiş alacaklar için; telefon aramaları, mektuplar ya da kredi kurumlarına başvurulur.	1.75	Katılıyorum
13. Şirket tahsilat ve faturalama için ayrı kişiler görevlendirir.	1.82	Katılıyorum
Genel Ortalama	1.87	Katılıyorum

Yukarıdaki tablo, seçili üretim şirketlerinde kredi yönetim düzeyinin yüksek olduğunu ve ortalamanın 1.87 olduğunu göstermektedir. Bu da, vadesi dolan alacakların zamanında tahsil edildiği anlamına gelir.

Kredi Politikası: Yukarıdaki tablo, kredi politikasının genel ortalamasının 1.8 olduğunu ve seçili üretim şirketlerinin alacak hesapları yönetim düzeyinin yüksek olduğunu gösterir.

Kredi Risk Yönetimi: Yukarıdaki tablo bize, kredi risk yönetiminin genel ortalamasının 1.95 olduğunu ve seçili üretim şirketlerinde kredi risk yönetiminin son derece yüksek olduğunu gösterir.

Tahsilat ve Faturalama Prosedürü: Tablo 4.5'te belirtildiği gibi tahsilat ve faturalama prosedürü genel ortalaması 1.8'dir. Seçilmiş üretim şirketlerinde tahsilat ve faturalama prosedürünün yüksek olduğunu gösterir.

Sonuç olarak bu sorulara verilen cevaplar; seçilmiş üretim şirketlerinin, kredi yönetim düzeyinde sıkı bir kredi politikası, etkin kredi risk yönetimi modeli ve etkili tahsilat ve faturalama prosedürü olduğunu göstermektedir. Aşağıdaki tabloda üretim şirketlerinde çalışanların sorulara verdiği yanıtlar yer almaktadır.

Tablo 4.6. Seçili Üretim Şirketlerinde Karlılık Düzeyi

Ölçüm Yapılan Alanlar	Ortalama	Yorum
1. Şirketin kredi politikası firmanın karlılığını artırır	1.71	Katılıyorum
2. Kredi analizi yöneticilere firmanın karlılığını artırma olanağı verir	2.07	Katılıyorum
3. Etkili ve etkin olarak kredi riskinin değerlendirilmesi şirketin karlılığını artırır	1.71	Katılıyorum
4. Müşteri kredi değerliğinin; bankalar, bağımsız denetimden geçmiş finansal tablolar ve ticari referanslar aracılığıyla incelenmesi firmanın karlılığı üzerinde önemli rol oynar	1.86	Katılıyorum
5. Şirketin tahsilat takibi ve faturalama sistemi karlılığı artırır	1.68	Katılıyorum
6. Şirketinizin satış koşulları, kredi limiti ve vadesi, firmanın satış düzeyini artırır	1.71	Katılıyorum
7. Şirketin tahsilat prosedürü, firmanın tahsilat miktarını artırır	2.07	Katılıyorum
8. Şirketinizin kredi risk yönetim modeli risk olasılığını azaltır	1.75	Katılıyorum
9. Şirketin, güçlü kredi riski tanımlama modeli kredi maliyetini düşürür	1.79	Katılıyorum
10. Şirketin alacak hesapları yönetim modeli kredi maliyetini düşürür	1.71	Katılıyorum
Genel Ortalama	1.81	Katılıyorum

Tabloda görüleceği üzere, karlılık düzeyi genel ortalaması 1.81'dir (katılıyorum). Bu karlılık düzeyinde kredi yönetiminin etkisi olduğunu gösterir ve belirli bir zaman diliminde şirket kazanır. Şirketin kredi yönetimi etkili olduğu sürece, satış ve tahsilatın artacağını bu da şirketin karlılık düzeyini arttırmasında büyük bir etki yaratacağını göstermektedir.

Katılımcıların çoğu, satış gelirlerinin tahsilinde, kredi yönetim sürecinin büyük bir rol oynadığını düşünmektedir. Eğer bu sistem zayıf ya da güçsüz olursa alacaklar zamanında tahsil edilemeyecektir. Bu nedenle, katılımcılar her örgütün ya da şirketin kredi yönetim ortalamasının 1.81 olmasında hemfikirlerdir. İyi bir kredi sistemi inşa edilmezse, şirket satış gelirlerinin tahsilatında problem yaşayacaktır.

Ayrıca, katılımcıların çoğunluğu alacak hesaplarının yönetiminde kredi politikası, kredi risk yönetimi ve karlılık takibinin temel belirleyici faktörler olduğunu kabul etmiştir. Bununla birlikte söz konusu bulgular, kredi yönetim sisteminin, seçili üretim şirketlerinin karlılık düzeyini ölçmek için kullanılabilecek güçlü bir araç olduğunu bize gösterdi.

Güçlü kredi politikası, kredi limitini, satış şartlarını, kredi dönemini ve kredi indirimini kapsar. Güçlü kredi risk yönetimi sistemi tüm kredi risk yönetimi sürecini ve son olarak kredi tahsilat ve faturalama işlemini kapsar.

Buna ek olarak, tablo 4.6 (alacak hesaplarını yönetme düzeyi) seçili üretim şirketlerinde alacak hesapları yönetim düzeyinin yüksek olduğunu ve aynı zamanda karlılık düzeyinin alacak hesaplarının yönetim düzeyi tarafından etkilendiğini ve genel ortalamanın 1.81 olduğunu gösterir. Bu nedenle, alacak hesapları yönetim düzeyi artarsa karlılık düzeyi de artar, yani bu ikisi arasında güçlü bir ilişki vardır.

4.3. İkinci Bölüm Katılımcıların Demografik Özellikleri

Bu bölüm araştırmaya katılan müşterilerin demografik bilgilerini kapsar. Bu bilgilerin amacı, müşterilerin özelliklerini öğrenmek ve çalışmanın nüfus dağılımını göstermektir.

Tablo 4.7. Katılımcı Müşterilerin Yaşları

Yaş	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
20-25	3	20.0	20.0
26-31	3	20.0	40.0
38-43	4	26.7	66.7
32-37	4	26.7	93.3
44- >	1	6.7	100.0
Toplam	15	100.0	

Tablo 4.7'ye göre, ankete katılanların %26.7'si 32- 37, %26.7'si 38- 43 yaşlarındadır. Katılımcıların %20'si 20- 25 ve %20'si 26- 31 yaşlarında ve %6.7'si 44 yaş ve üzeridir.

Tablo 4.8. Katılımcı Müşterilerin Cinsiyeti

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erkek	3	20.0	20.0
Kadın	12	80.0	100.0
Toplam	15	100.0	

Yukarıdaki tabloda toplam katılımcıların %80'i kadın ve %20'si erkektir. Bu seçili şirketlerin çalışanlarında erkeklerin baskın olduğu, seçilmiş üretim şirketlerinin müşterilerinde kadınların baskın olduğunu gösterir. Bu sonuç, John Philipez'in (2007: 120) yaptığı bir araştırmaya göre şirketlerin yönetici pozisyonlarında erkeklerin baskın olduğunu gösteren araştırma ile örtüşmektedir.

Tablo 4.9. Katılımcı Müşterilerin Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Lise	3	20.0	20.0
Lisans	7	46.7	66.7
Yüksek lisans	5	33.3	100.0
Toplam	15	100.0	

Tablo 4.9'a göre, katılımcıların %46.7'si lisans mezunu, %33.3'ü yüksek lisans mezunu, %20'si de lise mezunudur.

Tablo 4.10. Seçili Üretim Şirketlerinin Kredi Yönetim Düzeyi (Müşteri Anketi)

Ölçüm Yapılan Alanlar	Ortalama	Yorum
1. Satıcınız iyi bir kredi politikasına sahiptir	1.87	Katılıyorum
2. Satıcınızın tahsilat prosedür ve faturalama sistemi düzenli ve iyi organize edilmiştir zamanında ödeme yapmanızı kolaylaştırır	2.20	Katılıyorum
3. Satıcınızın kredi sağlama sistemi son derece gelişmiştir	2.27	Katılıyorum
4. Satıcınızın sağladığı kredi hizmeti çok memnuniyet verici bir düzeydedir	2.20	Katılıyorum
5. Satıcınızın verdiği kredi; Kredi vadesi, Kredi limiti ve kredi iskontolarını kapsar	2.93	Katılıyorum
Genel Toplam	2.29	Katılıyorum

Bu çalışmaya müşteriler açısından baktığımızda daha gerçekçi bilgilere ulaşmamız mümkün olmaktadır. Çünkü bilginin esas kaynağını müşteriler oluşturmaktadır.

Tablo 4.10 kredi yönetim düzeyinin genel ortalamasının 2.29 olduğunu göstermektedir. Bu alacak hesapları yönetim düzeyinin güçlü olduğu anlamına gelir. Bu şirketlerin kredi yönetim sisteminin iyi çalıştığı açıktır, çünkü bu şirketlerin çalışanları ve müşterileri bu noktada aynı fikirdedirler.

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. BULGU, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde, çalışmanın bulguları, sonuç ve önerileri yer almaktadır. Öncelikle, her araştırmada olduğu gibi araştırmanın amaçları önemli bulgular ile birlikte ele alınmıştır. İkinci olarak, çalışmanın sonuçları ele alınmıştır. Son olarak, daha ileri çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

5.1. Araştırma Bulgularının Tartışılması

Çalışmada, seçili üretim şirketlerinde kredi yönetiminin karlılık üzerindeki etkisi üzerinde durulmuştur. Çalışmanın amaçları, katılımcıların yaş, cinsiyet ve akademik yeterlilik bilgileri ile seçili üretim şirketlerinde alacak hesaplarının yönetim düzeyini belirlemek ve bu üretim şirketlerinde karlılık ve karlılık düzeyi ve alacak hesapları yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

5.1.1. Araştırma Sorusu Bir: Katılımcı Müşterilerin Profili

Bu çalışmanın ilk amacı, seçili üretim şirketlerinde yaş, cinsiyet ve akademik yeterlilik yoluyla katılımcıların profilini belirlemektir. Bu çalışma seçili üretim şirketlerinde çalışanların çoğunu erkeklerin, müşterilerin çoğunu da kadınların oluşturduğunu gösterir. Aynı zamanda, katılımcı müşterilerin çoğunun lisans düzeyi eğitime sahip olduğunu, bu da seçili üretim şirketleriyle daha kolay iletişim kurduğunu gösterir. Çalışma ayrıca, seçilmiş üretim şirketlerinin çalışanlarının da yüksek okul mezunu olduğunu göstermektedir.

5.1.2. Araştırma Sorusu İki: Kredi Yönetiminin Düzeyi

Çalışmanın ikinci amacı, seçili üretim şirketlerinde kredi yönetiminin yapısının belirlenmesidir. Çalışmada anket katılımcılarının çoğu belirli bir dönemde kredi yönetiminin şirketin karlılık düzeyinde önemli bir etkiye sahip olduğunu kabul etmiştir. Araştırmacı, etkin kredi politikası, kredi şartları, kredi limitleri, kredi standartları, kredi vadesi, kredi iskontosu ve tahsilat prosedürleri gibi uygun prosedürler ile şirketlerin alacak kontrolünü yapabildiğini tespit etmiştir. Bu bulgular, kredi yönetiminin temel amacının karlılığı maksimize etmek ve risk maliyetlerini en aza indirmek olduğunu göstermiştir. Bir işletme marjinal maliyeti ve marjinal faydası eşitlenene kadar alacaklara yatırım yapabilir. Alacakların düzeyi, endüstri standartları, ekonomik koşullar, dönemsel faktörler ve rekabet koşulları gibi dış faktörlerle ilgili olmakla birlikte çalışmanın bulguları, güçlü kredi politikası, etkili kredi risk yönetimi ve güçlü tahsilat prosedürlerinin seçili üretim şirketlerinin karlılık düzeyini yükseltmek ve kredi yönetimi için en iyi yol olduğunu ortaya koymuştur.

Alacak hesapları yönetimi kredi yönetimi araçlarını kapsamaktadır. Bu araçlar; kredi politikası, kredi risk yönetimi, faturalama ve tahsilat prosedürleridir.

Elde edilen, bulgular, şirketin karlılık düzeyinde kredi politikasının önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Şirketin kredi politikası zayıf olursa, karlılık düzeyi de düşük olacaktır. Aynı zamanda, iyi bir kredi politikası vadesi geçmiş hesapların zamanında tahsili ve daha fazla satış yapmak için şirkete olanak sağlamaktadır. Bu durum Brealey (2002: 27)'in, firmanın kredi politikasının vadesi geçmiş hesaplarda ve firmanın satışlarında önemli bir rol oynadığı görüşüyle örtüşmektedir.

Ayrıca bu bölüme ilişkin bulgular, kredi risk yönetiminin potansiyel alıcıların kredi maliyetini ve kredinin ödenmeme riskini düşürdüğünü ortaya koymuştur.

İşletmede vadesinde ödenmemiş hesapların tahsili için etkili ve güçlü bir kredi sistemi varsa, mevcut nakit tutarı ve satış gelirini artıracak ve karlılık üzerinde önemli bir etki yaratacaktır.

Grover'e göre (2001: 64), alacak hesaplarının tahsili, toplam satış tutarını ve satış gelirini artıracak ve aynı zamanda buna bağlı olarak satılan malların maliyetini azaltacaktır. Dolayısıyla işletmenin karı ve büyümesi artacaktır.

Buna ek olarak, kredi yönetimi nakit düzeyini arttırmak aynı zamanda likidite ve firma değerini ölçmek için kullanılabilir. Kredi yönetiminin temel amacı, iş ilişkilerini bozmadan, alacaklardan nakit dönüşünün hızlı bir şekilde olmasını sağlamaktır. Bu dikkatli bir yönetim gerektirir.

aplarını etkin bir şekilde yönetmek için, müşterinin kredi değerliliği konusunda iş referansları, banka referansları, kredi kurumları, ticaret odası, işverenler ve kredi formları gibi bilgi kaynaklarının analiz edilmesi gerekir.

5.1.3. Araştırma Sorusu Üç: Karlılık Düzeyi

Araştırmada üçüncü amaç, seçilen üretim şirketlerin karlılık düzeyini etkileyen faktörleri belirlemektir. Çalışma, kredi yönetimi seviyesinin şirketin karlılık düzeyine büyük etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Bulgular, çoğu katılımcının, kredi yönetim sürecinin satış gelirlerinin tahsilatında önemli bir rol oynadığını ve bu sistem zayıf olduğunda şirketin zamanı geçmiş alacaklarının tahsilatını etkin bir şekilde gerçekleştiremeyeceğine katıldığını göstermektedir. Kar gelirlerden bütün giderlerin çıkarılması ile bulunur, gelir elde edilmezse kar da elde edilemez. Bu nedenle karlılık düzeyi her zaman şirketin süresi geçmiş hesaplarını nasıl tahsil ettiğine bağlıdır.

Bir şirketin ana amacı maksimum kar elde etmektir. Kar tutarı büyük ölçüde satış hacmine bağlıdır, ancak satış anında hemen nakit elde edilmez. Malların satışı ve tahsilat arasında bir zaman vardır.

Buna ek olarak, her işletmenin genel amacı kar elde etmektir ve çoğu işletmede karlılığı gösteren ölçüler kullanılır. Bunlardan ilki, doğacak borcun ne kadar azaldığını ya da genel kar düzeyinin ne kadar olduğunu karar vericilere gösteren kar marjıdır.

Ek'1 de yer alan tablo seçili üretim şirketlerinde karlılık ve kredi yönetimi arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Tablonun sol tarafında kredi yönetimini açıklayan 13 tane soru yer alırken üst kısmında karlılık düzeyini açıklayan 9 tane soru yer almaktadır. Her iki bölümün kesiştiği nokta ilişkileri belirlemektedir. Bu ilişkiler yıldız işaretiyle (*) açıklanmıştır.

5.2. Sonuç ve Öneriler

Çalışmada, Somali Puntland Eyaleti, Garowe'da seçilen üretim şirketlerinin kredi yönetimi ve karlılık düzeyi arasındaki ilişki araştırılmıştır. Seçili üretim şirketlerinde kredi yönetim düzeyine baktığımızda sorulara verilen cevapların ortalamasının 1,87 olduğunu görürüz bu da şirketlerin kredi yönetim düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Kredi yönetimi kredi politikası, kredi risk yönetimi, kredi risk prosedürü ve şüpheli alacakların belirlenmesi için etkin bir sistem oluşturulması sürecidir. Kredi politikası, kredi tutarı ve kredi şartlarının belirlenmesi sürecidir.

Somali Puntland Eyaleti, Garowe'da seçilen üretim şirketlerinin karlılık düzeylerinde, kredi yönetim sürecinin, satış gelirlerinin, tahsilatının ve kredi sistemin zayıf olup olmadığının, şirketin etkin ve verimli bir şekilde gecikmiş hesaplarını tahsil edebilmesinin mümkün olup olmadığının önemli bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmaktadır.

Firmalar, alacakların yönetiminde etkinlik sağlamak yoluyla, ticari alacaklarındaki artışı satışlarındaki gelişme hızına kıyasla daha ölçülü sınırlar içerisinde tutarak finansman gereksinimlerini azaltabilirler.

Bir firmada alacakların tutarını belirleyen en önemli etmenlerden biri, satış koşullarıdır. Firmalar, piyasa koşulları elverişli olduğu durumlarda, satış hacimleri içinde peşin satışların oranını yükselterek, kredili satışlarda vadeleri kısaltarak, kredi limitlerini daraltarak, alacak devir hızlarını artırabilirler.

Firmaların tahsilat politikası, tahsilat servisinin etkin bir biçimde çalışması, ticari alacakları azaltıcı yönde etkiler. Borçlarını süresinde ödemeyen müşterilerin yakından izlenmesi, alacakların periyodik olarak gözden geçirilerek borçlarını ödemede geciken ya da borçlarını yavaş ödeyen müşterilerin kredi limitlerinin daraltılması, bu kategorideki müşterilere daha çok peşin satış yapılması alacak devir hızını arttırarak, satışlara kıyasla alacak tutarını görece olarak azaltabilir.

Firmalar, kredili satış yapacakları müşterilerde moralite, mali durum ve ekonomik koşullar açılarından daha yüksek standartlar arayabilirler. Söz konusu standartların yüksek tutulması, alacakların devir hızını arttırdığı gibi, alacakların şüpheli veya değersiz hale gelmesi olasılığını da azaltır. Özellikle enflasyon dönemlerinde, her yeni müşteri için kredi koşulları gözden geçirilmeden kredili satış yapılmamalıdır.

Mal teslimlerinin, müşterilere kısa zaman aralığı ile müşterilerin siparişlerine uygun biçimde hasarsız şekilde yapılması, faturaların derhal hazırlanarak en seri şekilde gönderilmesi, müşteri hesaplarının izlenmesi, ödemede geciken müşterilerin derhal uyarılması, yapılması gereken ödemelerin süresinden önce kendilerine hatırlatılması gibi büro hizmetlerinde etkinlik sağlanması, firmaların alacak tutarını azaltıcı yönde etkilemektedir.

Firmalar, nakit iskontosu gibi müşterileri erken ödemeye teşvik edici önlemler uygulayarak, alacaklara ayıracakları kaynakları dolayısıyla kaynak ihtiyacını

azaltabilirler. Ancak burada firmaların, uygulayacakları erken ödeme teşvik tedbirlerinin neden olacağı yüklerle, alacaklara daha az kaynak ayırmanın sağlayacağı faydalar arasında bir denge kurmaları, yarar ağır bastığı sürece bu yola başvurmaları gereklidir.

Firmalar, ticari senetleri, bankaları iskonto ettirerek vadelerinden önce nakde dönüştürebilecekleri gibi, teminat olarak göstererek finansman kurumlarından avans alabilir ya da ciro etmek yoluyla mal alımlarında veya satıcılara olan mevcut borçların ödenmesinde de kullanabilirler.

Firmalar, özellikle senede bağlı alacaklarını bankalara iskonto ettirerek ya da kredinin teminatı olarak göstererek bankalardan senet karşılığı kredi alabilirler. Bunların dışında factoring ve alacakların menkul kıymetleştirilmesi yoluyla da, finansman olanağı yaratabilirler.

Firmanın alacak yönetimindeki temel amacı; kuşkusuz, firmanın karlılığını en yüksek düzeye çıkartmaktır. Kredili satışların, firmanın satış hacmini genişletme konusunda olumlu etkisi vardır. Müşteriler tarafından kredili alımlar, alış sırasında nakit yetersizliği veya vade içerisinde, ödeme olanağı oluşturacak geliri sağlayabilme nedeniyle arzu edilir. Bu nedenle kredili satış şartlarını, elverişli hale getirdikleri ölçüde firmaların iş hacimlerini arttırma olanakları vardır. Buna karşılık kredili satışların alacaklara bağlanan fonların maliyeti alacakların izlenmesinin getirdiği yönetim giderleri ve alacakların tahsil edilememesi olasılığı gibi üç önemli maliyet ögesi vardır. Bu konuda genel kural, kredili satış şartlarını, artacak satışlarının sağlayacağı kar kredili satışların maliyetini aştığı sürece, müşteriler lehine değiştirilmesidir.

Sonuç olarak çalışmada karlılık ve alacak hesapları yönetimi arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları, bu iki değişken arasında aynı yönde, artış veya azalış şeklinde olan pozitif korelasyon olduğunu göstermiştir. Bu yüzden diğer faktörlerin sabit olması koşuluyla seçili üretim şirketlerinin alacak yönetim düzeyinde artış olması karlılığın artacağını göstermektedir.

Alacakların yönetiminde, müşterilerin kredibilitesi değerlendirilmelidir. Maliyetleri ve herhangi bir kredi müşterisinin sürdürölme riskleri ve müşteri getirileri uyumlu olmalıdır. Kredi tahsilatının hızlı bir şekilde sağlamak için kredi kontrol departmanında yeterli iş gücü olmalıdır. İşletmenin diğer politikaları ile kredi politikası uyumlu olmalı aynı zamanda bu kredi politikası beklenen karı maksimize edecek şekilde olmalıdır.

Alacak yönetimi ve mevcut müşterilerin korunması, müşteri kaybı ve karlılık, alacak yönetimi ve likidite durumu, araştırma yapılabilecek diğer alanlar olarak önerilebilir.



KAYNAKÇA

ACCA,(2009). Financial Management, BPP Learning Media.

ACCA,(2009). Financial Reporting, BPP Learning Media.

AMIN, M. E. (2005). Social science research: Conception, Methodology, & Analysis. Kampala: Makarerery.

ANDERSON, Gary, (1990). Fundamentals of Educational Research, London: The Falmer Pres.

ANDERSON, L.W. (1981). Assessing Affective Characteristics in the Schools, Boston: Allyn and Bacon.

ANSAH, Obeng Samuel (2011). An Assesment Of Working Capital Management Practices Within Ghana Water Company Limited.

ASIAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES Vol. 3 (2014). February, Instructional Media and Methods in the Implementation of a Curriculum Reform: A Case of Entrepreneurship Education in Uganda.

ARTH, Prabandh (2013). A Journal of Economics and Management, Vol.2 Issue 3 March.

ASSELBERGH, G. (1999). A Strategic Approach on Organizing Accounts Receivable Management: Some Empirical Evidence. Journal of Management and Governance

BESSES, Joel (2002). Risk Management in Banking (2nd ed.) Wiley.

BHATTACHARYA, C.B. and Sen, S., (2004). Doing Better At Doing Good: When, Why, And How Consumers Respond To Corporate Social Initiatives. California Management.

BRELAY (2002). Corporate Finance, USA.

BREALEY, Richard (1988). Principles Of Corporate Finance, New York: Mcgraw-Hill.

BROCKINGTON, Raymond (1993). Financial Management. London Dp Publication.

BREALEY, R. and S. Myers (1988). Principles of Corporate Finance (McGraw-Hill, New York). Brennan, M. and E. Schwartz (1985), 'Evaluating Natural Resource Investments', Journal of Business (April), pp. 135-57.

CARPENTER, M. D., and Miller, J. E. (1979). A Reliable Framework for Monitoring Accounts Receivable. Financial Management, Winter, 37-40.

DICKERSON (1995). 4th Edition, Harcourt Brace College Publisher's.

EUROPEAN JOURNAL OF RESEARCH AND REFLECTION IN MANAGEMENT SCIENCES (2015) vol. 3, no. 3, The Credit Management On Liquidity And Profitability Positions Of A Manufacturing Company In Nigeria, Raymond, A. Ezejiofor, Adigwe, P. K. And John-Akamelu Racheal, C.

FINCH, R. (2003). Operation Now.Com: Process, Values & Profitability. New York: Macmillan.

FOULKS, Lynch (2005). Financial Management And Control, The Official Professional Text, FTC Fouls Lynch Publications, London.

GROVER, Puru (2000). Credit Management And Debt Recovery (2nd ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.

GROVER, Puru (2005). Credit Management And Debt Recovery(3th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.

HALL, D. Sundem (2005). Managerial Accounting: Profit Maximization Handbook (2nd Ed.) Ohio: South-West Publishing.

HORACA, R. Brock, Charles, E. PALMER, & John, E. PRICE (1990). Accounting Principles (6th ed.). New York: Macmillan.

JACKLING, B., Raar, J., WIGG, R., WILLIAMS, B., and WINES, G. (2004). Accounting: A Framework For Decision Making. Australia: McGraw Hill.

JERRY J. Weygandt, Paul D. Kimmel Donald E. Kieso Financial Accounting: IFRS, (3rd Edition).

JULIUS (2000). Financial Decisions and the Business(1st edition). The Business Publishing Group Kampala.

KAKURU Julius (2001). Financial Decisions and the Business (2nd edition). The Business Publishing Group Kampala.

KALUNDA, E. Beatrice, N. John, K. (2012). Credit Risk Management Practices; Research Journal of Finance and Accounting Vol. 3 No.5.

MUBASHIR, A. K. (2012) Determinants of Accounts Receivable and Accounts Payable; A Case of Pakistan Textile Sector; Interdisciplinary Journal of contemporary research in business.Vol. 3 No.9. Retrieved from <http://www.academicjournals.org/A.J.B.M>.

MUTENYO, (2007), Introduction to Micro Economics (1st edition). The New Vision Printing and Publishing Company Ltd.

NATIONAL ASSOCIATION OF CREDIT MANAGEMENT (2009). Credit risk Management.

NAUGHTON MC., D (1996). Banking Institutions in Developing Markets, Building A Strong Management And Responding To Change. Vol.1. World Bank.

NIKOLAI, A and Bazley D. (2010). 11th Edition Intermediate Accounting; South Western Publishers.Cengage.

NYAGA, J. M. (2011). An Investigation Of Receivable Management Of The Financial Performance Of Technical, Industrial, Vocational And Entrepreneurship Institutions in Kenya; Unpublished MBA Project.Kenyatta University.

PANDEY, M. (2003) Financial Management (7th Edition) Aima Vikas Publishing House, Pvt Ltd London

PANDEY, M. (2003) Financial Management (8th edition) Aim Vikas Publishing House (pvt) Ltd London.

PHILIPS, John (2007). Credit Risk Management. New York.

PIKER, Cheng, (2001) Credit Management: “An Examination Of Policy Choices, Practices And Late Payment in UK Companies” Journal Of Business Finance And Accounting.

PLYE (1997). Credit Risk Management. London: Macmillan.

RITER (2001). Credit Policy Management. Washington.

ROBERT Libby Patricia Libby Daniel Short Financial Accounting, 7th Edition. Published by McGraw-Hill Higher Education OH, U.S.A.

ROBERTO, A. John, SHORT, R., & Patrica, E. LIBYA (2001). Accounts Receivable Management. New York: Macmillan.

SAMUELS, J.m (1993), Management Of Company Finance, London: New York, Chapman And Hall.

SMITH Per (1980). Accounting Principles. Tampa, Florida, United States.

STONER, James A.F (1996), Management. New Delhi: Prentice Hall Of India

WIKIPEDIA (2015). Credit management. Retrieved on January 07, 2010, From World Wide Web <http://www.creditguru.com> (Erişim Tarihi: 12.12.2015)

WIKIPEDIA (2015). Credit Risk Management. Retrieved on February 25, 2010, From World Wide Web <http://www.creditguru.com> (Erişim Tarihi: 12.12.2015)

VALDO (1992). Introduction To Social Science Research. New York

YIN R.K. (1994). Research in Education. London

http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/723/11/11_chapter%206.pdf/2015
(Erişim Tarihi 11.12.2015)

EKLER

Ek 1. Seçili Üretim Şirketlerinde Karlılık ve Kredi Yönetimi Arasındaki İlişki

	Şirketi n kredi politika sı firmanı n karlılığı nı arttırır	Kredi analizi yöneticile re firmanın karlılığını arttırma olanağı verir	Etkili ve etkin olarak kredi riskinin değerlendiril mesi şirketin karlılığını arttırır	Şirketin tahsilat takibi ve faturala ma sistemi karlılığı arttırır	Şirketinizin tahsilat prosedürü, firmanın tahsilat miktarını arttırır	Şirketinizi n kredi risk yönetim modeli risk olasılığını azaltır	Şirketin, güçlü kredi riski tanımlam a modeli kredi maliyetini düşürür	Şirketin alacak hesapları yönetim modeli kredi maliyetini düşürür	Alacakları n yönetim politikası karlılık üzerinde etkilidir
Şirket potansiyel alıcıları belirleyen bir kredi politikasına sahiptir Pearso n Correlation Sig. (2- tailed) N	.374* .050 28	.207 .0291 28	.225 .250 28	.384* .044 28	-.019 .923 28	.212 .279 28	.451* .016 28	-.034 .863 28	-.011 .954 28
Kredi politikası üst düzey yöneticiler tarafından belirlenir Pearso n Correlation Sig. (2- tailed) N	.384* .044 28	.120 .543 28	.113 .568 28	.198 .311 28	-.070 .722 28	-.106 .590 28	.106 .592 28	-.108 .585 28	.000 1.000 28
Kredi politikasının bileşenleri: Kredi limiti, kredi iskontosu ve kredi vadesidir. Pearso n Correlation Sig. (2- tailed) N	.255 .190 28	-.041 .836 28	.105 .596 28	.319 .098 28	-.059 .767 28	.145 .463 28	.193 .325 28	.198 .312 28	-.198 .313 28
Şirketin kredi politikası zamanı geçen hesapların tahsilinde ve satışların arttırılmasında etkilidir Pearso n Correlation	.007 .973	-.046 .815	.396* .037	.427* .023	.210 .284	.425* .024	.323 .093	.331 .085	.022 .911

Sig. (2-tailed) N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
Şirketiniz kredi politikasının firmanın karlılığı üzerinde büyük etkisi vardır Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.196 .318 28	.214 .274 28	.345 .072 28	.135 .494 28	.125 .525 28	.054 .784 28	.351 .067 28	.069 .729 28	-.032 .872 28
Şirket; Bankalar, denetlenen finansal tablolar, kredi geçmişi ve ticaret referanslar aracılığıyla potansiyel müşteri kredi değerliliğini araştırmaktadır. potansiyel müşteri kredilerini araştırıyor Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.072 .715 28	.008 .967 28	.185 .346 28	.298 .123 28	-.178 .365 28	.225 .250 28	.513** .005 28	.077 .696 28	-.026 .897 28
Şirket müşterilerine ticari kredi vermeden önce kredi belirleme analizi kullanmaktadır Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.098 .619 28	.265 .173 28	.216 .269 28	.423* .025 28	.272 .161 28	.632** .000 28	.376* .049 28	.301 .119 28	-.156 .429 28
Kredi risk yönetimi, ödenmeyen kredileri ve kredi maliyetini düşürür. Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.160 .416 28	.015 .940 28	.273 .160 28	.276 .156 28	.331 .085 28	.257 .187 28	.322 .095 28	.518** .005 28	.246 .207 28

N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
Şirket faturaları zamanında gönderir	.074	.004	.188	.524**	.043	.462*	.382*	.277	.100
Pearson Correlation	.710	.985	.339	.004	.829	.013	.45	.153	.612
Sig. (2-tailed)									
N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
Şirket faturalarının alınmış olup olmadığından emin olmak için telefonla takip yapar	.053	.358	.160	.293	.262	.425*	.316	.290	-.042
Pearson Correlation	.788	.061	.417	.130	.178	.024	.102	.135	.830
Sig. (2-tailed)									
N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
Finans yöneticileri, kredi limiti ve vadesini belirleyen ve krediye onay veren kişilerdir.	.065	.333	.209	.356	.065	.447*	.107	.222	-.011
Pearson Correlation	.744	.083	.286	.063	.742	.017	.589	.257	.958
Sig. (2-tailed)									
N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
Tahsili gecikmiş alacaklar için; telefon aramaları, mektuplar ya da kredi kurumlarına başvurur.	.440*	.241	.517**	.076	.302	.426*	.151	.324	.180
Pearson Correlation	.019	.217	.005	.702	.118	.024	.442	.093	.361
Sig. (2-tailed)									
N	28	28	28	28	28	28	28	28	28
Şirket tahsilat ve faturalama ayrı kişiler görevlendirilir.	.565**	.426*	.476*	.242	-.204	.330	.139	.105	.135
Pearson Correlation	.002	.024	.010	.214	.297	.087	.481	.595	.494
Sig. (2-tailed)									
N	28	28	28	28	28	28	28	28	28

Ek.2 Kişisel Bilgi Formu

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Lütfen uygun yerleri işaretleyiniz.

Genel Bilgiler

1a) Cinsiyet

i) Kadın []

ii) Erkek []

b) Yaş

i) 25 yaş ve altı []

ii) 26 -35 yaş []

iii) 36 – 45 yaş []

ii) 46 – 55yaş []

v) 56 yaş ve üstü []

c) Eğitim Düzeyi

i) Sertifika []

ii) Lise []

iii) Lisans []

iv) Yüksek Lisans []

d) İşletmede Çalışılan yıl sayısı

i) 2 yıldan az []

ii) 2-6 yıl arası []

iii) 7- 10 yıl arası []

iv) 11 yıl ve üstü []

BÖLÜM II: KREDİ YÖNETİMİNİN DÜZEYİ

Ölçek	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Şirket potansiyel alıcıları belirleyen bir kredi politikasına sahiptir.				
2. Kredi politikası üst düzey yöneticiler tarafından belirlenir				
3. Kredi politikasının bileşenleri: Kredi limiti, kredi iskontosu ve kredi vadesidir.				
4. Şirketin kredi politikası zamanı geçen alacakların tahsilinde ve satışların artırılmasında etkilidir				
5. Şirketiniz kredi politikasının firmanın karlılığı üzerinde büyük etkisi vardır.				
6. Şirket; Bankalar, denetlenen finansal tablolar, kredi geçmişi ve ticaret referanslar aracılığıyla potansiyel müşteri kredi değerliliğini araştırmaktadır.				

7. Şirket müşterilerine ticari kredi vermeden önce kredi belirleme analizi kullanmaktadır				
8. Kredi risk yönetimi, ödenmeyen kredileri ve kredi maliyetini düşürür.				
9. Şirket faturaları zamanında gönderir				
10. Şirket faturaların alınmış olup olmadığından emin olmak için telefonla takip yapar				
11. Finans yöneticileri, kredi limiti ve vadesini belirleyen ve krediye onay veren kişilerdir.				
12. Tahsili gecikmiş alacaklar için; telefon aramaları, mektuplar ya da kredi kurumlarına başvurulur.				
13. Şirket tahsilat ve faturalama ayrı kişiler görevlendirilir.				

**BÖLÜM III: SEÇİLİ ÜRETİM ŞİRKETLERİNİN MÜŞTERİLERİ İÇİN
KARLILIĞIN DÜZEYİ**

Ölçek	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Şirketin kredi politikası firmanın karlılığını artırır				
2. Kredi analizi yöneticilere firmanın karlılığını artırma olanağı verir				
3. Etkili olarak kredi riskinin değerlendirilmesi şirketin karlılığını arttırır				
4. Şirketin tahsilat takibi ve faturalama sistemi karlılığı artırır				
5. Şirketinizin satış koşulları, kredi limiti ve vadesi, firmanın satış düzeyini arttırır				
6. Şirketinizin kredi risk yönetim modeli risk olasılığını azaltır				
7. Şirketin, güçlü kredi riski tanımlama modeli kredi maliyetini düşürür				

8. Şirketinizin alacak hesapları yönetim modeli kredi maliyetini düşürür				
9. Alacak yönetim politikası karlılık üzerinde etkilidir				

BÖLÜM I: KATILIMCILARIN PROFİLİ

Lütfen Uygun Alanları İşaretleyiniz

1. Katılımcının Yaşı

- A. 20-25
- B. 26-31
- C. 32-37
- D. 38-43
- E. 44 ve üstü

2. Cinsiyet:

Erkek [] Kadın []

3. Eğitim Düzeyi:

İlkokul [] Orta dereceli eğitim [] Lisans [] Yüksek Lisans []

Ölçek	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Satıcınız iyi bir kredi politikasına sahip				
2. Satıcınızın tahsilat prosedür ve faturalama sistemi düzenli ve iyi organize edilmiştir zamanında ödeme yapmanızı kolaylaştırır				
3. Satıcınızın sistemi kredi sağlama sistemi son derece gelişmiştir				
4. Satıcınızın sağladığı kredi hizmeti çok memnuniyet verici bir düzeydedir				
5. Satıcınızın verdiği kredi; Kredi vadesi, Kredi limiti ve kredi iskontolarını kapsar				

Ek 3. Ortalamaların Yorumlanması

ORTALAMALARIN YORUMLANMASI			
S/No	Aralık	Likert Ölçeği	Yorum
1.	1.9- üstü	Kesinlikle Katılıyorum	Çok Yüksek
2.	1.5 – 1.8	Katılıyorum	Yüksek
3.	1.4 – 1.1	Katılmıyorum	Düşük
4.	1 – ve daha az	Kesinlikle Katılmıyorum	Çok Düşük