

AKREDİTİF: KESİN ÖDEME GARANTİSİ Mİ YADA DOĞRULAMA ENSTRÜMANI MI?

Veysel KULA*

Özet:

İhracatçıların dış ticaret işlemlerinde ödeme yöntemi olarak akreditif kullanımını açıklayan nedenlerden birisi akreditifin bir alışkanlık olarak kullanımı iken bir diğeri ise akreditifin uluslararası ticarete satıcılar açısından tahsilat garantisi sağlayan bir ödeme yöntemi olarak kabul edilmesidir. Ancak ihracatçılar tarafından bankalara ibraz edilen evraklardaki uyumsuzlukların yaygınlığı, ve bu uyumsuzlukların ihracatçının tahsil hakkını ithalatçının insiyatifine bırakması Prof.Mann'ın akreditif kullanımına ilişkin iki yeni sebep sürmesine neden olmuştur. 2000 yılında yayımlanan "Akreditifin Ödeme İşlemlerindeki Rolü" adlı makalesinde Ronald.J. Mann, akreditif kullanımı için "ithalatçının ödeme olasılığının doğrulanması" ve "ticari işlemlerinin gerçekliğinin doğrulanması" şeklinde iki yeni neden önermiştir. İhracat akreditifi kullanan Türkiye'de yerleşik 398 işletme üzerine yapılan ampirik araştırma, akreditifin bir kesin ödeme garantisi olarak değil de Mann'ın önerdiği şekilde bir doğrulama enstrümanı olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Nitekim, araştırmada akreditif kullanımı ile ihracat oranı arasında bulunan olumlu ilişki, akreditifin diğer ödeme yöntemleri arasından irrasyonel bir alışkanlık olarak değil de, bilinçli bir şekilde seçildiğini göstermektedir. Akreditifin kesin ödeme garantisi olmasına inanılması ile akreditif kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki çıkmamıştır. Mann'ın yeni önerdiği doğrulama amaçlarından olan ithalatçının ödeme olasılığına değin akreditifin doğrulama rolü, akreditif kullanımını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde açıklamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İhracat akreditifi, kesin ödeme garantisi, doğrulama, Türkiye.

* Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, kula@aku.edu.tr

LETTER OF CREDIT: IS IT AN ASSURANCE OF PAYMENT OR VERIFICATION INSTRUMENT?

Abstract:

Among the reasons attempting to explain the use of letter of credit as a payment mechanism in export transactions are the use of it as irrational habit or as assurance of payment. But, the prevalence of noncomplying documents presented to the banks led Prof.Mann to put forward two new explanations. In his article published in 2000, Prof.Mann offered two new alternative justifications for letter of credit; namely, verification of the likelihood that importer will pay and the verification of the authenticity of the transactions. The results of a survey study on 398 Turkish export companies with letter of credit experience confirmed Mann's speculation that the letters of credit are used for verification purposes. The statistically significant positive relationship between the rate of exports and letter of credit use indicates that letter of credit is not an irrational choice by the exporters. There is not statistically significant relationship between the assurance of payment perception by the exporters and letter of credit usage. The results indicated that the likelihood of the importer's expected payment performance implied by letter of credit has explanatory power for letter of credit usage.

Keywords: Export letter of credit, assurance of payment, verification, Turkey.

GİRİŞ

Uluslararası ticaret pek çok riski de beraberinde getirmektedir. Çeşitli hukuk sistemleri, farklı ticari teamüller, devletlerin müdahaleleri, döviz mevzuatlarındaki kısıtlamalar ve farklı düzenlemeler, alıcı ve satıcının birbirlerini yakından tanımamaları gibi problemlerin çözümünde akreditif önemli bir rol oynamaktadır (Reisoğlu, 1995: 3). Bu problemlerin ortaya çıkardığı riskleri minimize etmede akreditif bankaları devreye sokarak uluslararası ticarete taraf olan hem ithalatçıya ve hem de ihracatçıya aynı anda koruma sağlayan bir ödeme biçimidir.

Gerek satıcıya ve gerekse alıcıya belli güvencelerin sağlanmasına rağmen uygulama göstermiştir ki, akreditifte büyük güvence esas itibariyle satıcı açısındanadır. Zira satıcı akreditifte öngörülen belgelerin ibrazı karşılığında satış bedelini almaktadır (Reisoğlu, 1995: 3-4). Bu da, akreditifin bankaların kendi güvenilirliğini ihracatçı tarafından bilinmeyen veya şüpheli olan ithalatçı için ikame ettiği bir anlaşma olmasından kaynaklanmaktadır (Meyerowitz, 1988: 68).

Akreditifin satıcıya kesin tahsilat garantisi sağladığı (Luxon, 1998; Blodgett ve Wilson, 1993) akreditifin avantajına değin klasik bir önkabuldür. Ancak akreditif ödemelerinde ihracatçıların bankalara ibraz ettikleri evraklardaki akreditif şartlarına uyumsuzlukların büyük oranlarda olması, Prof.Ronald J.Mann'ın 2000 yılında

“Michigan Law Review” dergisinde yayımlanan makalesinde ödeme garantisi şeklindeki akreditif amacını sorgulamasına ve bunun yerine *doğrulama* başlıklı iki yeni akreditif kullanım amacı önermesine neden olmuştur. Mevcut çalışma, Mann’ın bu önerisini detaylıca ele aldıktan sonra, akreditif kullanımına ilişkin alternatif açıklamaları ampirik olarak incelemeyi hedeflemiştir. Bu amaçla, Türkiye’de yerleşik ve akreditifli ihracatçı olan 398 işletmeye 2003 yılı sonunda anket uygulaması yapılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde diğer ödeme biçimleri ile karşılaştırılmalı olarak akreditifin tanımı ve işleyişi ele alınacaktır. Üçüncü bölüm Mann’ın akreditif kullanımı ile ilgili genel açıklamalarını ve özelde de yeni önerdiği iki açıklamayı detaylıca açıklayacaktır. Dördüncü bölüm anket çalışması sonuçlarını verecektir. Çalışma sonuç bölümü ile bitecektir.

I) BİR ÖDEME YÖNTEMİ OLARAK AKREDİTİF

Satıcı ve alıcının ayrı ülkelerde olduğu uluslararası ticarete, ödemeler dört ayrı şekilde gerçekleştirilebilir: mal mukabili ödeme, vesaik mukabili ödeme, peşin ödeme ve akreditif. Bu dört ödeme yönetiminin ithalatçı ve ihracatçıyı maruz bıraktığı risk seviyesi Şekil 1’de gösterilmiştir.

Risk düzeyi		Ödeme şekli	Risk düzeyi	
İthalatçı için	Az		Mal mukabili Vesaik mukabili Akreditif Peşin ödeme	Çok
	↓	↓		
	↓	↓		
	Çok	Az		

Şekil : 1
Alternatif Ödeme Yöntemlerinin İthalatçı ve İhracatçı İçin Riskleri

Mal mukabili ödemede ihracatçı önce malını gönderir ve parasını belki de mal ithalatçının eline geçmesinden çok sonraları tahsil eder. İthalatçı açısından çok cazip olan bu yöntem ihracatçı açısından en riskli olanıdır; zira ödemenin yapıp yapılmayacağı ve zamanı konusunda bütün inisiyatif ithalatçıdadır.

Mal mukabili ödemeye nazaran ihracatçının riskini bir ölçüde azaltan ödeme şekli vesaik mukabili ödemedir. Vesaik mukabili ödemede, ihracatçı malı sevkettikten sonra mal ile ilgili evrakı kendi bankası aracılığı ile ithalatçının bankasına gönderir. İthalatçı da ancak mal bedelini ödedikten sonra evrakını alır ve gümrükten malını çeker. Bu yöntemde ihracatçı, mal bedeli tahsil edilmeksizin malların ithalatçıya teslim edilmeyeceği güvencesini duyar. Ancak bu yöntem kendi ülkesinin gümrüğüne gelmiş

malı ithalatçının almasını mecbur kılmadığı için ihracatçının yüklendiği risk ithalatçının malları almaktan vazgeçmesidir ki bu durumda ihracatçı malını yurtdışından geri getirme durumunda dahi olabilecektir.

İhracatçıları riske maruz bırakan mal mukabili ve vesaik mukabili ödeme yöntemlerinde karşın ihracatçıya maksimum insiyatif sağlayın, buna karşın ithalatçı için en çok risk arz eden ödeme biçimi ise peşin ödemedir. Bu yöntemde ihracatçı mal sevkiyatından önce ve belki de üretim için gerekli hammadde temini sırasında satış bedelini tahsil eder. Bu ödemede ithalatçının taşıdığı risk, ihracatçının parayı peşin aldığı halde malı gönderme taahhüdünü yerine getirmemesidir.

Görüldüğü gibi, bahsedilen üç ödeme şekline mal mukabili ödeme ve vesaik mukabili ödeme ticarete taraf olan iyi niyetli ihracatçıyı, ithalatçının yükümlülüklerini yerine getirip getirmeyeceği konusunda güvencesiz bırakırken benzer şekilde peşin ödeme de iyi niyetli ithalatçıyı risk altına sokmaktadır. Bu ödeme şekillerinin bir alternatifi olan akreditif ise işleyişi itibarı ile hem ihracatçı ve hem de ithalatçıya, karşı tarafın yükümlülüklerini yerine getireceğine değin garanti veren, ve bu yüzden de uluslararası ticaret ödemelerinde yaygınca kullanılan bir yöntemdir.

Dünyanın neresinde olursa olsun açılan akreditiflerin hemen hepsi merkezi Paris'te bulunan Uluslararası Ticaret Odası'nca çıkarılan "Akreditif Hakkında Yeknesak Kurallar'a" tabidir. İlk defa 1933 yılında çıkarılan bu kurallar 1951, 1962, 1974, 1983 ve en son olarak da 1993 yılında revize edilmiştir. 1993 yılında çıkarılan ve halen uygulanmakta olan kurallar topluluğu "500 Sayılı Yeknesak Kurallar" olarak bilinir (Todd, 1993: 24). Bu kurallar çok yaygın olarak tüm dünyada akreditiflerde uygulanmakta, akreditiflerin hukuki dayanağını oluşturmaktadır (Reisoğlu, 1995: 47).

500 Sayılı Yeknesak Kurallar'ın 2.Maddesi akreditifi şöyle tanımlamaktadır (ICC, 1993: 4):

"Akreditif, bir müşterinin (ithalatçının) talimatı üzerine veya bizzat kendi adına işlem yapan bir bankanın akreditif şartlarına uyulması kaydıyla ve akreditifte şarta bağlanan evrakın ibrazı karşılığında,

i- lehdara (ihracatçıya) veya onun emrine ödeme yapacağı veya lehdarın çekeceği poliçeleri kabul edeceği ve ödeyeceği,

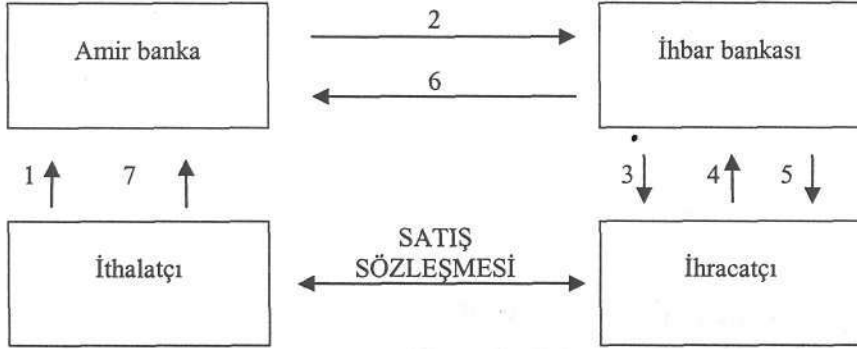
veya

ii- böyle bir ödemeyi yapması veya çekilen poliçeleri kabul etmesi ve ödemesi için bir diğer bankayı yetkili kıldığı,

veya

iii- diğer bir bankayı iştirak işlemini yapmayı yetkili kıldığı adı ve tanımlaması ne olursa olsun herhangi bir düzenleme anlamına gelir". Tanımda belirtilmiş olan ve akreditifin temelini oluşturan evrak fatura, nakliye ve sigorta evrakları ile akreditifte taraflarca belirlenen gözetim belgesi, menşe şahadetnamesi, ATR gibi evraklardır.

Akreditif işleyişi aşağıdaki gibi gösterilebilir:



Şekil: 2
Akreditif İşleyişi

Kaynak: Bağrıaçık ve Kandemir (1995: 91).

Şekil : 2'den de görüldüğü gibi ihracatçı ile satış sözleşmesini yapmasını takiben ithalatçı kendi bankası olan amir bankaya başvuru akreditifi açtırma talimatı vererek akreditif işlemindeki ilk adımı atar (1). Amir banka akreditif şartlarını ihracatçının bankasına (ihbar bankası) bildirir (2) ve ihbar bankası akreditifi ihracatçıya bildirir (3). Yüklemeyi takiben ihracatçı sevk evrakını ihbar bankasına ibraz eder (4). Evraklar akreditif şartlarına uygunsa ve ihbar bankası teyit bankası ise ihracatçıya ödeme yapılır (5). Evrak amir bankaya gönderilir, akreditif teyitsiz ise uygun evrak karşılığı ödemeyi amir banka yapar (6). Son aşama olarak da akreditif bedelinin tahsili karşılığında evrak amir banka tarafından ithalatçıya teslim edilir (7).

II) AKREDİTİF İÇİN MANN'IN ALTERNATİF AÇIKLAMASI: BİR DOĞRULAMA ARACI

Profesör Ronald J.Mann tarafından 2000 yılında Michigan Law Review adlı dergide yayımlanan "The Role of Letters of Credit in Payment Transactions" adlı makalesi akreditiflerin ihracat tahsilatında kullanılmasına ilişkin ilk defa farklı bir bakış açısı getirmiştir. Mann (2000: 2495) makalesine "akreditiflerin kullanımına değin genel kabul görmüş gerekçeler akreditifin yaygınca kullanılmasını açıklamada başarısız olmaktadır" ifadesi ile başlamıştır. Akreditifin kullanımına ilişkin klasik açıklama, akreditifin ödeme garantisi sunmasıdır. Ancak bu ödeme garantisi, ihracatçıların bankaya akreditif şartlarına uyan vesaike vermesi ile ortaya çıkacak bir garantidir. Aksi taktirde, yani bankaya akreditif şartlarına uyan evrak teslim edilmediği müddetçe ödeme ithalatçının insiyatifinde kalan bir tasarruf olacaktır; yani ithalatçı eğer evraklardaki uyumsuzlukları kabul ederse, ancak o zaman ihracatçı parasını tahsil edebilecektir.

Mann (2000: 2495) yaptığı görüşmelerde bankacılar ve hukukçuların ihracatçıların genel olarak akreditif şartlarına uyan evrakı bankaya ibraz etmediklerini anekdot bilgi şeklinde iddia ettiklerini belirtmektedir. Bununda ötesinde Mann (2000: 2497) Amerika'da yerleşik 5 bankada incelediği toplam 500 akreditif işleminde, bankalara evrak ibrazının ancak %27'sinde evrakın akreditif şartlarına uyduğunu ortaya koymuştur. Benzer istatistiklere farklı yazarların çalışmalarında da rastlanılmaktadır. Evrakın ilk ibrazında uyumsuzluk oranına ait istatistikler %60 üzeri (Maulella, 2000: 40), %60-%80 arası (Baker, 2000: 42), hatta %90 (Macintosh, 1992: 3) seviyelerinde olarak belirtilmektedir.

Bankalara sunulan evrakın akreditif şartlarına çoğunlukla uymaması gerçeğinin akreditifin ödeme-garantisi şeklindeki kullanım amacı ile çeliştiğini belirten Mann, ihracatçıları akreditif kullanmaya teşvik edecek şu üç olası nedeni irdelemiştir: (1) Rasyonel olmayan alışkanlık olarak akreditif kullanma, (2) Klasik ödeme garantisi yaklaşımı, ve (3) bir Doğrulama (verification) aracı olarak akreditif.

Akreditif kullanma nedenleri ve bu nedenlerin geçerliliğine ilişkin Mann'ın değerlendirmesi Tablo : 1'de özet şeklinde gösterilmiştir.

Tablo : 1
Mann'a göre Akreditif Kullanımını Açıklayan Nedenler ve Mann'a Göre
Bu Nedenlerin Geçerliliği

Akreditif Kullanma Nedenleri			Mann'ın Değerlemesi
	Rasyonel olmayan bir alışkanlık		Ret
	Ödeme garantisi olması		Kısmen Kabul
Doğrulama faktörü olarak	(A) İthalatçının ödeme olasılığının doğrulanması	(a) bankaların işletmelere göre daha güvenilir olması	Kabul
		(b) amir bankasının ithalatçının güvenilir olduğunu ima etmesi	
		(c) amir bankasının ithalatçıyı etkileyebileceğini ima etmesi	
	(B) Ticari işlemin gerçekliğinin doğrulanması	(a) devletin akreditifi şart koyması	
		(b) borç verenlerin akreditifi şart koyması	

A) Rasyonel Olmayan Alışkanlık Olarak Akreditif Kullanmak

Mann (2000: 2515-2519) bu üç olası nedenden ilkinin, yani akreditifin irrasyonel bir alışkanlık neticesi kullanılabilceğinin akreditif kullanımına bir açıklama getiremediğini belirtmektedir. Mann'a göre, akreditifi kullanan işletmeler çoğu büyük ve sofistike işletmelerdir. Bu işletmeler akreditifi nadiren ya da aniden kullanan

işletmeler değildir. Bu işletmelerin akreditifli ilişkileri toplam satışlarının büyük bir oranını bulmaktadır. Bu nedenle de bu işletmelerin yüksek işlem maliyetli akreditifli sistematik ve sürekli bir şekilde sadece alışkanlık nedeni ile kullanmaları mantıklı gözükmemektedir. Ayrıca, işletmeler dört ödeme türü arasında akreditifli alışkanlık neticesi seçmemektedirler. İşletmeler daha ziyade, yeterli iyi iş ilişkileri olmayan müşterilerine ihracatlarında akreditifli ve vesaik mukabili ödemeyi bilinçli bir şekilde tercih etmektedirler.

B) Klasik Ödeme Garantisi Yaklaşımı

Akreditifin bir alışkanlık olarak kullanılabilmesi şeklindeki ilk yaklaşımı reddeden Mann, ikinci olası açıklama olan klasik ödeme garantisinin en azından bazı şartlar altında halen geçerliliği olabileceğini belirtmektedir. Yukarıda da vurgulandığı gibi, ödeme garantisi yaklaşımı ihracatçının akreditifli ithalatçıyı ödeme yapmak için zorlayacağını umduğu zaman ancak anlamlı olur. Ancak ihracatçılar şartlara uyan evrakı genel olarak ibraz edememektedirler.

Mann (2000: 2520) Amerika'ya olan ithalatlardaki değil de Amerika'dan olan ihracatlardaki akreditifli ödemelerde, ihracatçıların evraklardaki uyumsuzlukları gidermek için önemli çaba gösterdiği saptanmış olup bu saptamanın da ödeme garantisi açıklamasının alıcının güvenirliliğinin bilinmediği ihracatlar için geçerli olabileceğini belirtmiştir. Mann (2000: 2520) ödeme garantisi etkisini, akreditif kullanımında sadece zayıf bir faktör olarak nitelendirebileceğini söylemiştir. Kolay bir şekilde düzeltililebilecek uyumsuzlukların akreditif dosyalarında büyük miktar kapsamı uyumlu evrak ibrazının önemli olan tek şey olmadığını ortaya koymaktadır. Özetle Mann (2000: 2521) ödeme garantisinin akreditif kullanımında kısmi rol oynadığını belirtmektedir.

C) Bir Doğrulama (Verification) Aracı Olarak Akreditif

Akreditif kullanımının irrasyonel bir alışkanlık olduğu görüşünü reddeden ve ödeme garantisi yaklaşımının akreditif kullanımını ancak kısmen açıklayıcı bir unsur olduğunu belirten Mann (2000: 2521) ihracatçıların niçin akreditif kullandığını başka bir faydadan kaynaklanabileceğini belirtmiştir. Mann'a (2000: 2498) göre amir bankanın ithalatçı ve ithalat işlemi hakkında bilgiyi doğrulama yeteneği akreditifin yaygınca kullanımını açıklayan en inandırıcı nedendir. İthalatçı ve ithalat işlemi hakkında bilgi doğrulama iki şekilde olur. Birinci olarak, amir bankanın akreditif açma isteği ithalatçının meşru nedenler olmaksızın ödemediğini kaçınmayacağını ihracatçıya işaret etmesidir. İkinci olarak da, bankanın akreditif açma isteğinin devlete ya da finansal kurumlara ithalat işleminin meşruluğunu doğrulamasıdır. Her iki doğrulama yaklaşımına göre, ticari işlem tarafları ithalat işleminin başladığı zaman var olan bilgi dengesizliğini gidermek için akreditifli kullanırlar.

Akreditifin ithalatçının ödeme yapacağına doğrulaması, akreditif başvurusu yapmak ile ithalatçının ihracatçıya ödeme yapma güvenilirliğini doğrulamak için bankanın ününü kiralaması ile olur. Bu argümanın dayanağı, akreditif amirinin maruz kalabileceği imaj zedelenmesidir. Mann (2000: 2521) bankaların akreditif işlemlerine kuvvetli imajlarını koyduğuna inanmaktadır. Bu açıklamayı delillendirirken de Mann (2000: 2522) akreditifin kullanıldığı işlemlerin şu üç karakteristiğini incelemektedir:

(a) İthalatçı yerine amir bankanın güvenilirliğinin doğrulanması: bankaların sayısının ithalat işlemi yapacak işletmelerden çok daha az olması, bankaların uluslararası kabul görmüş muhasebe uygulamalarını işletmelere göre daha sıklıkla uygulamaları ve özellikle istikrarsız küçük ülkelerde bankaların daha yoğun denetime tabi olması nedeni ile bankalar ithalatçılardan daha güvenilirdir (Mann, 2000: 2523).

(b) Amir bankayı, ithalatçının gelecek performansını olumlayıcı olarak algılamanın mantıklılığı: gerçekte evraklarda uyumsuzluk olduğunda bankalar bu uyumsuzlukları kabul etmeleri için ithalatçıları zorlama yükümlülüğü altına girmemektedirler. Ancak Mann (2000: 2525) akreditif açmakla amir bankaların ithalatçıları etkin şekilde olumladıklarına ikna olduğunu belirtmektedir. Bazı banka müdürleri, eğer ithalatçılar uyumsuzlukları kabul etmezse bankalarının imajının riske gireceğini belirtmişlerdir. Bu nedenle bankalar, akreditif açacakları işletmeleri çok titizlikle elemekte olup, uyumsuzluk söz konusu olduğunda bu uyumsuzları ret edecek işletmeler ile çalışmamayı yeğlemektedirler.

(c) Amir bankanın ithalatçı hakkında verdiği bilgi: geçmiş iş tecrübesine istinaden, amir banka akreditifi açmakla, ithalatçıların uyumsuzlukları kabul etme şeklinde endüstri normlarına uyacağını ve banka olarak ithalatçının uyumsuzlukları kabul etmesini etkileyebileceğini ihracatçıya iletmiş olur.

Sayısı çok az da olsa bazı devletler kara para aklamasını önlemek için ticaretin akreditifli olmasını şart koyabilmektedirler. Böylece, devletler bankalara kanuni olmayan işlemleri takip etmek yönünde motive etmektedirler. Ayrıca, ithalat yada ihracat öncesi lisans vermek için de bazı ülkeler akreditifli ödemeyi şart koyabilmektedirler (Mann, 2000: 2531). İşlemlerin gerçekliğini doğrulamanın ikinci ayağı ise borç verenlerin akreditifi ödem biçimi olarak şart koymalardır. Bankalar bu şekilde ithalatçı bankasının bilgi avantajını kullanmış olurlar. Bankanın müşteri işlemlerini anlamada daha yetkin olması bu amaçlı işlemlerde akreditifi açmasını meşrulaştırmış olur (Mann, 2000: 2533).

III) ARAŞTIRMA BULGULARI

A) Araştırma Metodolojisi

Mann (2000: 2521), akreditif kullanımına değin "irrasyonel alışkanlık" açıklamasını ret edip, "kesin ödeme garantisi açıklamasını" da kısmi açıklayıcı olarak niteledikten sonra ithalatçının ödeme yapma olasılığını doğrulama ve ticari işlemin

gerçekliğini doğrulama şeklinde önerdiği iki açıklamayı sadece speküle edebildiğini belirtmiştir. Bu önerilen açıklamayı Mann'ın sadece speküle edebilmesinin gerekçesi, bu önerileri test edebilecek şekilde ithalatçıların niteliği veya onların banka veya diğer kurumlar ile ilişkisini ortaya koyan bilgileri içerir türde verilerin makalenin yazım tarihi itibarı ile toplanmamış olmasıdır. İşte bu çalışma, akreditif kullanıma değin irrasyonel alışkanlık, kesin ödeme garantisi ve iki yeni öneri olan doğrulama açıklamalarını Türkiye'deki ihracatçı işletmelerden elde edilen veriler ile test etmeyi hedeflemiştir.

Akreditifin kullanım amacını Mann'ın ortaya koyduğu perspektifte belirlemek için veriler anket yöntemi ile Kasım-Aralık 2003 tarihinde toplanmıştır. Anketin uygulanacağı işletmelerin seçimi TOBB'un yaklaşık 45000 üretici firmanın bulunduğu Sanayi Veritabanı'ndan yapılmıştır. Bu veritabanındaki işletmelerin unvan ve adresleri, TOBB web sayfasının link verdiği 64 Ticaret ve Sanayi Odası, 19 Ticaret Odası ve 10 Sanayi Odası'nın web sayfalarında bulunmaktadır. Veri toplanmasında Afyon Kocatepe Üniversitesi Maliye Bölümü 3.Sınıf ve İşletme Bölümü 1.Sınıf öğrencilerinden yararlanılmıştır. Hazırlanan anketlerin içeriği ve anketin amacı öğrencilere önce anlatılmış ve TOBB Sanayi Veritabanı'nda olup akreditif tahsilatlı yurtdışı satış yapmış olan ihracatçı işletmelere uygulamaları istenmiştir. Öğrencilere anketi gittikleri işletmelerde dış ticaret veya ihracat sorumlularına (müdür veya şef) uygulamaları istenmiştir. Anketlerin, anketin uygulandığı tarihi belirten ve anketi yanıtlayan işletmenin kaşesi ve yanıtlayan kişinin imzasını içerir şekilde geri getirmeleri istenmiştir. Bu şekilde, Aralık 2003 sonu itibarı ile elde edilen 398 anket verileri SPSS programına girilmiştir. Bu veri toplama yönetimi, kolayda örneklem kullanımı olarak nitelendirilebilir. Toplam 398 anketin yoğunlukla gelişmiş olan Marmara (133 işletme, %33,4), Ege (119 işletme, %29,8) ve İç Anadolu Bölgesinden (88 işletme,%22,1) gelmiş olması, örneklemin popülasyonu temsil ettiğini göstermektedir.

Anket soruları iki gruptan oluşmuştur. İlk grup sorularda, işletmelere unvanı, faaliyet alanı, toplam satışlar içinde ihracat gelirleri oranı, faaliyette buldukları il ve tam gün çalışan sayısı açık uçlu olarak sorulmuştur. Daha sonra işletmelere, tüm ihracatları dikkate alındıklarında mal mukabili, vesaik mukabili, akreditif ve peşin ödemeyi ihracat tahsilatında kullanma yüzdelerini belirtmeleri istenmiştir. İşletmelere ayrıca akreditifin ihracat bedelini tahsil etme hususunda ne derece kati güvence sağladığını yüz ölçeği üzerinden belirtmeleri istenmiştir. Bu grubun son sorusunda işletmelere akreditif ödemeli ihracatlarındaki müşteri tipleri oranını fazla iş tecrübesi bulunmayan işletmeler ile uzun süreli iş ilişkisi olan işletmeler olarak toplam yüz olacak şekilde belirtmeleri istenmiştir.

Anketin ikinci bölümünde ise ihracatçılara ihracat akreditif ile ilgili bir takım ifadeleri 1=kesinlikle katılmıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum ölçeğinde değerlemeleri istenmiştir. Buradaki ifadeler de Mann'ın önerdiği *doğrulama* temelli akreditif

kullanma nedenlerini içermiştir. Ayrıca bu bölümde, Mann'ın ifade etmediği, ancak müşteri ile ilgili bilgi eksikliğinin boyutunu belirlemek için akreditifin güven duyulmayan müşteriler için kullanıldığı ve müşterilerin evraklardaki uyumsuzlukları kabul edeceği şeklindeki iki ifadeyi de ankete katılanların değerlendirmesi istenmiştir.

B) Araştırma Bulguları

1) Betimsel İstatistikler

Anket uygulanan işletmelerin %33,4'ü Marmara Bölgesi'nde, %29,8'i Ege Bölgesi'nde %22,1'i İç Anadolu Bölgesi'nde, %7,5'i Akdeniz Bölgesi'nde, %7'si ise diğer bölgelerdedir. İşletmelerin %24,5'i tekstil-konfeksiyon, %21,2'si makine-otomotiv, %17,4'ü mermer-maden ve %11,9'u da gıda sektöründedir. İşletmelerin hepsi sermaye işletmesi olup %58'i anonim şirket %42'si ise limited şirkettir. Örnekleme anonim şirket sayısının limited şirket sayısından fazla olması örneklem seçiminde işletmelerin akreditif kullanmaları şartı konulmasından kaynaklanabilir. Daha büyük ve kapsamlı işletmeler akreditif kullanmaya eğilimli olabileceği için anonim işletmelerin örnekleme fazla paya sahip olması normal karşılanabilir.

Tablo : 2 analiz değişkenlerinin tanımını ve betimsel istatistiklerini vermektedir. Tablo 2'den de görüldüğü üzere, toplam satışlar içindeki akreditif ödemeli ihracat oranı (AKREDİTİF ORANI) tüm örneklem için %15 civarındadır. Örneklem için ihracat tutarı toplam satışların (İHRACATORANI) yarısından az fazla bir miktardadır (%53,2). Çalışan sayısı ile ölçülen işletme büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda, örneklemedeki ortalama işçi sayısının (İŞL. BÜYÜKLÜĞÜ) 225 olduğu görülmektedir.

Örnekleme göre, akreditif ihracat bedelinin tahsilinde (ÖDEME GARANTİSİ) %73 oranında tahsilat garantisi sağlamaktadır. Bu soruya verilen yanıtların %80 seviyesindeki medyan ve modu akreditifin tahsilat garantisi sağladığı ifadesine genel katılımı göstermektedir. İşletmelerin %40' akreditifin fazla iş tecrübesi olunmayan yeni müşteriler için (YENİLİŞKİ) kullanıldığını belirtmektedir. Yani işletmelerin çoğunluğu için (%60), akreditif uzun süreli iş ilişkisi içerisinde olunan müşteriler içindir.

Likert ölçeği ile (1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) değerlendirilen ifadelerle bakıldığında, işletmelerin genel olarak yabancı bankaları yabancı müşterilerden daha güvenilir bulduğu (BANKAYA GÜVEN) görülmektedir (3,55 ortalama). İşletmeler, akreditif açmak ile akreditif bankasının ithalatçının güvenilir olduğunu ima ettiği ifadesine de (GÜVENİLİR LİKİMASI) yüksek düzeyde katılım göstermektedirler (3,74 ortalama). Bankaların küçük uyumsuzlukları sebep gösterip ödemediği kaçınacak müşteriler için akreditif açmayacakları (UYUMSUZLUK KABUL) ifadesi de örneklem tarafından kabul görmektedir (3,26 ortalama). Daha düşük seviyede katılım gösterilen ifade ise (3,04 ortalama), akreditifin işletmelere kredi veren kişi ve kurumların şart koyması nedeni ile kullanılmasındadır (ZORUNLULUK).

Tablo : 2
Analiz Değişkenleri ile İlgili Betimsel İstatistikler

Değişkenler	Tanım	Ort.	Medyan	Mod	SS	Min.	Maks.
AKREDİTİF ORANI	Toplam satışlar içindeki akreditif ödemeli satışların oranı	%15,1	%9,9	%10,0	%16,6	%0,2	%98
İHRACAT ORANI	Toplam satışlar içindeki ihracatın oranı	%53,1	%50,0	%100	%31,4	%2,0	%100
İŞL.BÜYÜKLÜĞÜ	İşletmede çalışan sayısı	225	60	4	482	4	3860
ÖDEME GARANTİSİ	"Akreditif ihracat bedelinin tahsilatı konusunda ne derece kati güvence sağlar?" sorusunun 100 üzerinden değerlendirilmesi	73	80	80	23	0	100
YENİ İLİŞKİ	Eğer müşteriler "fazla iş tecrübesi olunmayan, yeni müşteriler" ise kukla değer 1, "uzun süreli iş ilişkisi olan müşteriler" ise kukla değer 0	0,40				0	1
BANKAYA GÜVEN	"Genel olarak yabancı bankalar yabancı müşterilerden daha güvenilirdir" ifadesinin "1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum" ölçeğinde değerlendirilmesi	3,55	4	4	1,13	1	5
GÜVENİRLİK İMASI	"Akreditif açmak ile, akreditif bankası ithalatçının güvenilir olduğunu ima eder" ifadesinin "1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum" ölçeğinde değerlendirilmesi	3,74	4	4	1,07	1	5
UYUMSUZLUK KABUL	"Bankalar küçük uyumsuzlukları sebep gösterip ödemedен kaçınacak müşteriler için akreditif açmazlar" ifadesinin "1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum" ölçeğinde değerlendirilmesi	3,26	3	4	1,07	1	5
ZORUNLULUK	"Akreditifi bize kredi veren kişi ve kurumlar şart koştuğu için kullanırız" ifadesinin "1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum" ölçeğinde değerlendirilmesi	3,04	3	4	1,16	1	5
MÜSTERİ UYUM	"Evraklardaki uyumsuzlukları müşterilerin kabul edeceğini umamaz" ifadesinin "1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum" ölçeğinde değerlendirilmesi	2,61	2	2	1,16	1	5
MÜŞTERİYE GÜVEN	"Akreditif güven duyulmayan müşteriler için kullanılır" ifadesinin "1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum" ölçeğinde değerlendirilmesi	3,43	4	4	1,07	1	5

İşletmeler, akreditifin güven duyulmayan müşteriler için kullanıldığı (MÜŞTERİYE GÜVEN) ifadesine 3,43 ortalama ile katılım göstermektedirler. Evraklardaki uyumsuzlukların ithalatçılar tarafından kabul edileceği (MÜŞTERİ UYUM) ifadesinin değerlemesi olan 2,61 ortalama, ihracatçıların bu ifadeye düşük derecede de olsa katılmadıklarını göstermektedir.

2) Regresyon Uygulaması

Örnekleme şirketlerde akreditif kullanımını etkileyen faktörleri saptamak için çalışmada regresyon analizi kullanılmıştır. Analizde işletmelerin toplam gelirleri arasında akreditifli tahsilatlarının yüzdesi (AKREDİTİF ORANI) bağımlı değişken olarak, Tablo : 2'de belirtilen diğer değişkenler ise bağımsız değişken olarak saptanmıştır. Çalışmada bazı bağımsız değişkenlerin likert ölçeğine göre yapılandırılmış olması (sıralı ölçek) nedeni ile yanıtların aralıklarının eşit olmaması sıkıntısı gündeme gelmektedir. Ancak, literatürde likert ölçeğini "aralıklı ölçeklerin en tipik örneği" (Altunışık vd. 2000: 100) olarak belirten çalışmalar da vardır. Ayrıca, likert ölçeğine göre hazırlanmış değişkenlerin parametrik analizlerde kullanıldığı ampirik çalışmalar da mevcuttur (örneğin Tatağlı ve Glaster (2000), Wan ve Ong (2005)). Çalışmada amaç birden fazla bağımsız değişkenin bağımlı değişkene bir arada etkisini belirlemek olduğu için regresyon kullanımı zorunlu olmuştur. Tüm bunlara rağmen likert ölçeği ile yapılan değişkenlerde aralıkların eşit algılanamama çekincesi gündemde tutularak, analizde bağımsız değişkenlerin rakamsal etkilerine değil, sadece pozitif ve negatif şeklindeki yönel etkilerini saptamaya odaklanılmıştır. Regresyon sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır (F değeri, 11,801). Maksimum 1,100 olan VIF değeri ve 23,328 seviyesindeki Condition Index değeri, değişkenler arasında çoklu doğrusal bağımlı sorununun olmadığını göstermektedir.

Tablo : 3'ten de görüldüğü gibi ihracat oranı ile (İHRACAT ORANI) akreditif kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif ilişki vardır ($p < 0,01$). İşletme büyüklüğü (İŞL.BÜYÜKLÜĞÜ) ile akreditif kullanımı arasındaki ilişki öngörüldüğü gibi pozitifdir; ancak bu ilişki istatistiksel olarak anlamsızdır. Yine akreditifin kati ödeme garantisi olarak görülmesi (ÖDEME GARANTİSİ) ile akreditif kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamsız pozitif ilişki vardır. Akreditif kullanımı ile bankaların akreditif açarak ithalatçının güvenilir olduğunu ima etmesi arasında (GÜVENİRLİK İMASI) ve genel olarak yabancı bankaların yabancı müşterilerden daha güvenilir algılanması arasında (BANKAYA GÜVEN) anlamlı ilişki yoktur. Akreditif kullanımı, işletmelere kredi veren kişi ve kurumların şart koymasından da (ZORUNLULUK) kaynaklanmamaktadır.

Tablo: 3
Akreditif Kullanımını Etkileyen Faktörlerin
Regrasyon Yöntemi ile Belirlenmesi

Bağımlı Değişken (AKREDİTİF ORANI)	Beklenen İşaret	
Sabit Terim		-0,283 (-0,05)
İHRACAT ORANI	+	0,255(**) (9,87)
İŞL. BÜYÜKLÜĞÜ	+	0,001 (0,94)
ÖDEME GARANTİSİ	+	0,032 (0,94)
YENİ İLİŞKİ	+	-5,168(**) (-3,09)
BANKAYA GÜVEN	+	0,289 (0,39)
GÜVENİRLİK İMASI	+	0,280 (0,37)
UYUMSUZLUK KABUL	+	1,316(*) (1,75)
ZORUNLULUK	+	0,219 (0,31)
MÜŞTERİ UYUM	+	1,229(*) (1,76)
MÜŞTERİYE GÜVEN	+	-2,322(**) (-3,15)
Düzeltilmiş R-Kare		0,235
F Değeri		11,801(**)

(*), (**) sembolleri sırası ile %10, ve %1 anlamlılık düzeylerini gösterir.

Bunlara karşın, bankaların küçük uyumsuzlukları sebep gösterip ödemedi kaçınacak müşterilere akreditif açmayacaklarını düşünen (UYUMSUZLUK KABUL) işletmeler daha çok akreditif kullanmaktadırlar ($p < 0,10$). Evraktaki uyumsuzlukların ithalatçı tarafından kabul edileceğine inanan işletmeler de (MÜŞTERİ UYUM) daha çok akreditif kullanmaktadırlar ($p < 0,10$).

Akreditifin güven duyulmayan işletmeler için kullanılacağını düşünenler (MÜŞTERİYE GÜVEN) daha az akreditif kullanmaktadırlar ($p < 0,01$). Benzer şekilde akreditifi yoğunlukla kullanan işletmeler, akreditifi daha ziyade yeni müşterilerine ihracatlarında değil, uzun süreli ilişkide oldukları müşteriler için (YENİ İLİŞKİ) kullanmaktadırlar ($p < 0,01$).

SONUÇLAR

Akreditif kullanımını açıklayan çeşitli nedenlerden bir tanesi akreditifin irrasyonel bir alışkanlık olarak işletmeler tarafından kullanılmasıdır. İkinci amaç ise klasik olarak öne sürülen kesin ödeme garantisidir. Ancak bankalara ibraz edilen evraklardaki uyumsuzlukların yaygınlığı, ve bu uyumsuzlukların ihracatçının tahsil hakkını ithalatçının insiyatifine bırakması Prof.Mann'ın 2000 yılında akreditif kullanımına ilişkin iki yeni sebep sürmesine neden olmuştur. Doğrulamak başlıklı bu iki amaçtan birisi akreditif açma ile bankanın ithalatçının ödeme yapma olasılığını doğrulaması iken ikincisi ise akreditif ile ticari işlemin gerçekliğinin devlet kurumları ile borç verenlere doğrulanmasıdır. Mevcut çalışma akreditif kullanımına değin tüm bu amaçları Türkiye'de yerleşik 398 akreditif kullanan ihracatçı işletme üzerine yapılan alan çalışması ile test etmeyi hedeflemiştir.

Çalışma analizleri Prof.Mann'ın öngörülleri ile uygundur. Akreditif kullanımı ile ihracat oranı (İHRACAT ORANI) arasındaki olumlu ilişki, akreditifin diğer ödeme yöntemleri arasından irrasyonel bir alışkanlık olarak değil de, bilinçli bir şekilde seçildiğini göstermektedir. Yani ihracat faaliyeti fazlaştıkça, tahsilat yöntemi olarak akreditifin kullanım oranı da sistematik bir şekilde artmaktadır.

Akreditifin kesin ödeme garantisi olmasına inanılması (ÖDEME GARANTİSİ) ile akreditif kullanımı arasında beklendiği şekilde pozitif ilişki vardır, ancak bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu da Mann'ın kesin ödeme garantisinin akreditif kullanımını belki kısmen açıklayabileceği görüşü ile örtüşmektedir. Mann'ın yeni önerdiği doğrulama amaçlarının birincisi olan ithalatçının ödeme olasılığına değin akreditifin doğrulama rolü akreditif kullanımını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde açıklamaktadır. Nitekim, bankaların küçük uyumsuzlukları sebep gösterip ödemediği kaçınacak müşteriler için akreditif açmayacağını düşünen işletmeler (UYUMSUZLUK KABUL) daha çok akreditif kullanmaktadırlar.

Anket çalışmasında ihracatçıların, ithalatçıların uyumsuzlukları kabul edeceklerine (MÜŞTERİ UYUM) değin güvence beslemedikleri ortaya çıkmıştır (Tablo : 2, 2,61 ortalama). Öte yandan çalışmada akreditifi yoğun kullanan işletmelerin, akreditifli ihracatlarını yoğunlukla uzun süreli iş ilişkileri olan işletmelere (YENİ İLİŞKİ) yaptığı saptanmıştır. Akreditifin güven duyulmayan müşteriler için kullanıldığını iddia etmek (MÜŞTERİYE GÜVEN) ile akreditif kullanımı arasında olumsuz bir ilişki vardır. İstatistiksel olarak anlamlı olan bu son iki ilişki, akreditifi yaygınca kullanan işletmeleri dürtüleyen faktörün müşteriye güvensizlik olmadığını göstermektedir. Müşterilerin uyumsuzlukları kabul etmelerine değin güven seviyesi tüm örneklem için düşüktür (2,61 ortalama), ancak müşteriye güven arttıkça akreditif kullanımı da artmaktadır. Ayrıca, akreditif, güvensizlik olgusunun daha az olduğu uzun süreli iş ilişkisi olan müşteriler için kullanılmaktadır. Bu da işletmelerin güvence duymadıkları işletmelere akreditif ödemeli de olsa ihracat yapmayı yeğlemeyeceği sonucunu doğurmaktadır.

Analiz sonuçlarında akreditif kullanımının tüm ödeme yöntemleri için de %15 mertebesinde düşük pay alması diğer araçların kullanımına değin şu olasılıkları gündeme getirmektedir: ihracatçılar güven duymadıkları müşteriler için peşin ödeme ağırlıklı ödemeyi şart koşuyor olabilirler ya da şirketler satışlarını ülke dışındaki kendi pazarlama şirketlerine mal mukabili ödeme karşılığı gerçekleştirmiş olabilirler. Mevcut çalışma bu faktörleri temsil eden değişkenleri içermemiştir. İleride yapılacak çalışmalarda bu faktörler ele alınabilir.

Çalışma, akreditifin kullanılma nedeninin bankanın müşterinin ödeme olasılığının ihracatçıya ima edilmesi olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada ihracatçıların değerlemeleri esas alınmıştır. İleri çalışmalar akreditif işleminin diğer katılımcıları olan ithalatçıların ve bankaların da bu konudaki görüşlerini dikkate alabilir. Ayrıca, bankalardaki ithalat ve ihracat akreditif dosyaları analiz edilerek, akreditiflerin hangi tür ithalatçı ve ihracatçı için kullanıldığı, uyumsuzlukların nasıl işlem gördüğü ele alınabilir.

KAYNAKÇA

- ALTUNİŞİK, Remzi, ÇOŞKUN, Recai, YILDIRIM, Engin ve BAYRAKTAROĞLU, Serdar (2000), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- BAĞRIAÇIK, A. ve KANDEMİR, S. (1995), *Dış Ticarete Uygulamalı Akreditif İşlemleri*, Bilim Teknik Yayınevi.
- BAKER, W. (2000), "Dealing with Letter of Credit Discrepancies", *Business Credit*, November/December, pp. 42-47.
- BLODGETT, M.S. and WILSON, J.W. (1993), "The Impact of Transaction Fraud: Strategies for the International Letter of Credit", *Review of Business*, Vol.14, No.3, pp. 42-47.
- INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (1993), *Documentary Credits: UCP 500&400 Compared*, Paris.
- LUXON, G.K. (1998), "Fifty Ways to Use a Letter of Credit", *TMA Journal*, Vol.18, No.6, pp. 92-95.
- MACINTOSH, K.L. (1992), "Letters of Credit: Curbing Bad-Faith Dishonor", *Uniform Commercial Code Law Journal*, Vol.25, No.3, pp. 3-48.
- MANN, R.J. (2000), "The Role of Letters of Credit in Payment Transactions", *Michigan Law Review*, Vol.98, pp. 2494-2536.
- MAULELLA, V.M. (2000), "Documentary Credit Decisions, Developments and Directions", *Business Credit*, November/December, pp. 40-41.
- MEYEROWITZ, K.L (1988), "Letters of Credit: Curbing Bad-Faith Dishonour", *Uniform Commercial Code Law Journal*, Vol.73, No.1, pp. 68-76.

REİSOĞLU, S. (1995), *Türk Hukukunda ve Bankacılık Uygulamasında Akreditif*, Ayyıldız Matbaası, Ankara.

TATOĞLU, Ekrem and GLASTER, K.W. (2000), "Strategic Motives and Partner Selection Criteria in International Joint Ventures in Turkey: Perspectives of Western and Turkish Firms", *Journal of Global Marketing*, Vol.13, No.3, pp. 53-92.

TODD, P. (1993), *Bills of Ladings and Banker's Documentary Credits*, Lloyd's of London Pres LTD.

WAN, David and ONG, C.H. (2005), "Board Structure, Process and Performance: evidence from Public-listed Companies in Singapore", *Corporate Governance: an International Review*, Vol.13, No.2, pp. 277-291.