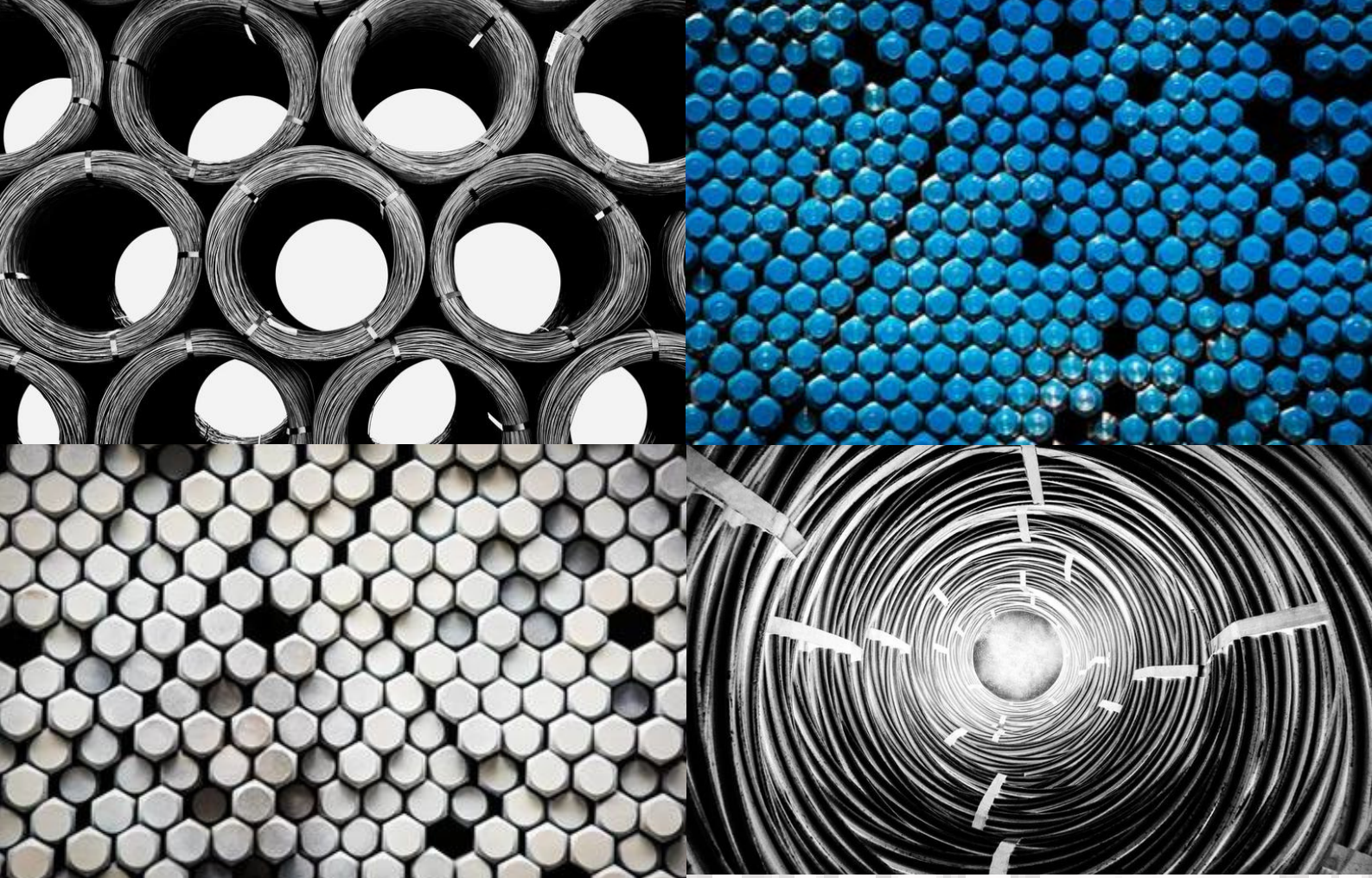


BİMEKS ÇELİK

RODASTEEL  CORPORATION



TEK TALEP
BİR ÇOK ÇÖZÜM





Rodacciai

BİMEKS ÇELİK

CFO'ların Korkuları Tekrar Depreşti;

Geçmeyen ve iyileşmeyen ulusal yaramız; Enflasyon.

Kavramlar tarihine baktığımızda, bize ait, bizim ürettiğimiz ve insanlarımızın kolayca anlayacağı kavramlar ya çok azdır ya da yoktur. Biz kavram üretmekte çok üşengeç bir ulus durumundayız. Ekonomi, enflasyon, faiz, kredi, para bunların hiçbiri bizim öz üretimimiz değillerdir.

Enflasyon ile ilgili sınırsız kaynak, sayısız açıklamalar, makaleler, kitaplar mevcuttur. Bugüne dek yaşanmış iktisadi gelişmeleri bir cümle ile anlatacak olursak enflasyon; "eksik kısmın (kısa kalan tarafın) yaratmış olduğu korku ile davranış etkileşimidir". Arz tarafı hep kısa kalıyor. Talep tarafı ile uç ucuna getirmek için fiyat artışı /enflasyon) fren olarak devreye giriyor. İç üretim iç tüketimden az olursa parası olan o malı ve hizmeti almak için fiyat kriterine bakmaz. İhtiyaç sahipleri, bugün almazsa yarın daha pahalıya alacağını deneyimlerinden öğrenmiştir.

Rahmetli Süleyman Demirel'in bir lafı vardı: "biraz enflasyon eyidir eyi". Biraz enflasyon dediği oran yıllık %50-60 arasındaydı. Biz bunu kanıksadık galiba.

CFO'ların en büyük risk olarak algıladıkları şeyler:

1-) Yükselen enerji maliyetleri

- 2022 Sonbahar %74
- 2022 İlkbahar %77

2-) Yükselen Ücretler / Maaşlar

- 2022 Sonbahar %71
- 2022 İlkbahar %59

3-) Jeopolitik Riskler

- 2022 Sonbahar %69
- 2022 İlkbahar %77

4-) Zayıf İç Talep

- 2022 Sonbahar %65
- 2022 İlkbahar %41

5-) Artan Yasal Kısıtlamalar

- 2022 Sonbahar %38
- 2022 İlkbahar %28

6-) Artan Sermaye Maliyeti

- 2022 Sonbahar %27
- 2022 İlkbahar %16

7-) Yetişmiş Personel Eksikliği

- 2022 Sonbahar %71
- 2022 İlkbahar %66

Kaynak: Deloitte Global

Birbirleri ile bağlantılı olan ve etkileri ile şirketleri değişime zorlayan bu krizlerin elbette üstesinden gelebiliriz. Ama önemli olan, şirket yönetimlerinin kriz yönetimi oluşturmaları ve etkin bir şekilde hareket edebilmeleridir.

Peki, kriz yönetimi oluşturulsa yapılabilecekler neler olabilir?

Her şirket veya kurum kendi özelliklerine göre önlem paketi hazırlayabilir. Ancak, bazı önlemler neredeyse her şirket ve kurum için geçerlidir.

Bunlar:

1. Likidite Planı Yapmak

Hayatta kalmayı güvence altına almak ve bunu sürdürülebilir hale getirmek için likidite planlamalarını sürekli güncellemek gerekmektedir. Piyasa beklentilerine göre, fiyatlar 3 ay daha yükselirse likidite planını nasıl etkiler? Fiyatların 6 ay veya 8 ay daha yükselmesi halinde likidite planının nasıl etkilendiğini ölçmek için kısa vadeli plan güncellemeleri yapmak gerekmektedir.

Şirketin mali yapısı uygunsa bankalarla kredi anlaşması yapmak ve krediye ihtiyaç duyulduğunda bu kaynağa erişebilmek muhtemel likidite dar boğazlarını aşmak için yedek unsur olarak masada yerini almalıdır.

Diğer önlemler;

- Müşterilere sürekli yakın olmak, onları ziyaret etmek, müşteride oluşan riskleri önceden görmemizi sağlar.
- Birkaç müşteriye bağlı kalmamayı sağlamak.
- Peşin satışlara ağırlık vermek, açık alacakların tahsilat yönetimine önem vermek. Vadesi geçmiş alacak oluşumuna engel olmak.
- Tedarikçi ödeme vadelerini mümkün olan en uzun vadeye bağlamak.

2. Maliyetleri Kontrol Altına Almak

Tasarruf konusu finans sorumlularının görevinin merkezine oturmaya başladı. Araştırmalar gösteriyor ki, CFO'ların %70'i maliyetlerin düşürülmesini istemektedir. Bunun için şirkette kar yaratan birimleri analiz etmek ve mümkün olduğunca gider / masraf detayına inmek gerekmektedir. Şirketin bu analiz ve ölçmeler için kendi yapısına uygun dijital platform oluşturması gerekir.

Artan maliyetlerin ancak bir kısmı iç bünyeden tasarruflarla dengelenebilir. Esas olan artan maliyetlerin satış fiyatlarına yansıtılmasıdır. Satış fiyat artışı Satış yöneticilerini ve bölüm çalışanlarını çok mutlu etmez. Bunun için, onları belki özel primlerle cesaretlendirmek işe yarayacaktır.

Haberin Devamı Diğer Sayfadadır.

Rodacclai

BİMEKS ÇELİK

Diğer önlemler:

- Müşteri ile yapılmış olan sözleşmelerde fiyat artış şartlarını gözden geçirmek ve güncel şartları sözleşmeye ekletmek
- Yeni tedarik kaynakları bulmak
- Finansman giderleri artan satın alma maliyetlerinden düşükse, daha fazla mal alarak stok yapmak.

3. Fırsatları Tanıma ve Yararlanma

Her kriz ortamı bir fırsat yaratır. Yeni müşteriler kazanmak, yeni tedarik kanalları bulmak, pazarlama faaliyetlerini bu duruma göre uyarlamak. Piyasadan çekilen şirketler pazar paylarını kalanlara bırakır. Güçlü nakit ile kriz ortamında çok uygun satınalmalar yapılabilir.

4. Enflasyon Etkisi Nasıl Hesap Edilmeli

Finansal (ekonomik) denklem nasıl kurulmalı? Artan ürün maliyetleri, personel giderleri, işletme giderleri ve diğer artan giderler satış fiyatı ile karşılaştırıldığı durumda brüt enflasyon etkisi sonucu çıkar. Formül: Satış Fiyat Artışından Gelen Gelir – Maliyet Artışından Gelen gider / masraflar. Şayet, girişimi yapılmış maliyet ve gider tasarrufları küçükse satış fiyat artışlarında bu durumda net enflasyon etkisi negatiftir. Burada amaç, artan maliyetleri ve giderleri örtecek satış fiyatı artışlarını sağlamak olmalıdır.

Örnek:

Plan Yıl (Milyon TL)

Satış Fiyat Artışından gelen ek hasılat 16,5 milyon TL – Toplam Faaliyet Giderleri Artışından Gelen Maliyet 45 milyon TL = – 28,5 milyon TL brüt enflasyon etkisi + Gider Tasarrufları 10 milyon TL = – 18,5 milyon TL net enflasyon etkisidir.

Bu rakam faaliyet gelirini olumsuz hale getiren enflasyon etkisi olacaktır.

Hüseyin TAŞDEMİR
CFO