

## PAZARLAMA BAKIŞ AÇISIYLA BARTER SİSTEMİ VE MUHASEBE SİSTEMATİĞİ\* \*\*

### ÖZET

İşletmeler son yıllarda sürekli yaşanan finansal krizler nedeniyle maliyet unsurunu göz önüne alarak paraya alternatif olabilecek yeni ve farklı pazarlama anlayışlarına yönelmektedir. Bu çerçevede Barter sistemi para kullanımının söz konusu olmadığı, ürünlerin değişimi felsefesi üzerine kurulu bir sistem olarak işletmelerde düşük maliyet avantajı sağlayan ve örgütsel bir Pazar ortamı sunan anlayıştır. Bu sistemi uygulamak aynı zamanda mali yapılanmayı gerekli kılmaktadır. Böylelikle işletmelerin muhasebe departmanlarının da yeniden yapılanması zorunludur. Bu çalışmada pazarlama bakış açısıyla Barter sistemi ve muhasebeleştirilmesi ele alınmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Barter, Muhasebe, Örgütsel Pazar

## BARTER SYSTEM FROM THE MARKETING PERSPECTIVE AND IT'S ACCOUNTING

### ABSTRACT

In recent times companies because of the financial crises, considering component of cost, go towards new and different marketing approaches which can be alternative to money. In this context the system of Barter is an approach which provides minimum cost advantage and organizational market. In this system money is not used and it is based on the approach of changing products. At the same time to apply this system requires fiscal engineering. In this study it is analyzed Barter system from the marketing perspective and it's accounting.

**Key Words:** Barter, Accounting, Organizational Market

---

\* Yard. Doç. Dr. Erkan AKAR Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, akar@aku.edu.tr

\*\* Yard. Doç. Dr. Cemal ELİTAŞ Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, celitas@aku.edu.tr

## **I. GİRİŞ**

Artan rekabet ve karmaşıklık ortamında işletmeler finansal krizlerle karşılaşmakta, dolayısıyla pazarlama anlayışlarını değiştirmek ya da yenilemek zorunda kalmaktadır. Son yıllarda yaşanan finansal krizlerle birlikte, paranın maliyetinin yükselmesi, ekonomilerde çeşitli finansal tekniklerin gelişmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu finansal tekniklerin hemen hepsi para temeline dayandığından, çoğu zaman paranın maliyetinin düşürülmesinde yetersiz kalmaktadırlar. Paranın maliyetini minimum düzeye indirmek, hatta ortadan kaldırmak için tek yol, ulusal ve uluslararası ticarete en önemli maliyet unsuru olarak ifade edilebilecek parayı kullanmamaktır. Paranın icadından önce insanoğlu, ihtiyacı olan ürünleri elde edebilmek için, ihtiyaç fazlası ürünlerini kullanmakta, mal veya hizmetler birbirleriyle takas edilmek suretiyle ihtiyaç sahipleri arasında el değiştirmekteydi. Bugün ise modern anlamda para kullanımı yerine mal ya da hizmet değişimini esas alan bir sistem olan Barter sistemi ticarete bir alternatif olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu çalışmada pazarlama bakış açısıyla barter sistemi ele alınarak muhasebeleştirilmesi üzerinde durulacaktır.

## **II. BARTER SİSTEMİ VE GELİŞİMİ**

1930'lu yıllarda dünyada yaşanan büyük ekonomik krizle birlikte, ellerinde yeterli miktarda mal ve hizmet bulunmasına rağmen, gerek şahıslar gerekse ülkeler, altın rezervi ve dolar bulamadıkları için ticaretlerinde büyük sıkıntılar çekiyorlardı. Barter sistemi öncelikli olarak Latin Amerika ülkelerinde olmak üzere bu yıllarda yaygın bir şekilde gündeme geldi ve finansal bir enstrüman olarak kullanılmaya başlandı.

İşletmeler zamanla Barter'ın, ürünlerin pazarlanması ve atıl kapasitenin ürüne dönüştürülmesi açısından en düşük maliyetli yöntemlerden biri olduğunu farkettiler. Uluslararası düzeyde ise Barter, bağlı muamele yöntemleri ile ödemeler dengesi açığının giderilmesinde çözüm olarak uygulanmaya başlandı[Erkan, 2000:80].

1930'dan 1933 yılına kadar hemen hemen bütün Avrupa ülkeleri, çok sayıda Barter anlaşmaları gerçekleştirdiler. Özellikle Almanya, gıda ve hammaddelerini barter yoluyla Avrupa ve Latin Amerika ülkelerinden temin etmiştir. O yıllarda, savaş ve yaşanan

ekonomik krizler Barter uygulamalarının ülke bazında yapılmasını zorunlu kıldığından, daha çok ülkelerarası Barter gündemdedi. Ancak daha sonra bu uygulamalar işletme seviyesinde de yaygınlık kazanmaya başladı[Sürmen ve Kaya, 2001: 131].

İlk şeklini 1930'lu yıllarda ABD'de almaya başlayan barter, esas olarak bir takas ticaretini ifade etmektedir. Takas ticareti, daha para icad edilmeden önce kullanılan bir yöntem olmakla birlikte modern şekline Barter adıyla kavuşmuştur. Nitekim, para icad edildikten sonra da özellikle Avrupa'da malın para yerine kullanıldığı, hatta verginin buğday ya da hayvanla ödencildiği görülmektedir.

Barter sistemini Avrupa'da ilk olarak kullanan ülke İsviçre'dir. İsviçre'de küçük ve orta ölçekli işletmeleri büyük holdinglere karşı korumak ve kendi aralarındaki işbirliğini artırmak amacıyla 1934 yılında WIR- Genossenschaft adlı organizasyon kurulmuş ve bugün 65.000 üyesi bulunan büyük barter organizasyonlarından biri ortaya çıkmıştır[Gökçe, 1997: 42].

Barter sistemine örnek olarak İsveç'li ünlü müzik topluluğu ABBA verilebilir. ABBA, Doğu Avrupa ülkelerine ihraç ettiği müzik bantları, plak ve telif hakları karşılığında, döviz yerine mal almayı kabul etmiş, karşılığında kimyasal maddeler, meyve ya da makine olarak bunları bir aracı İsveç firması (Beijerinvest Co.) kanalıyla pazarlayarak paraya çevirmiştir[Oktay, 1987: 22].

### **III. PAZARLAMA BAKIŞ AÇISIYLA BARTER SİSTEMİ**

Barter kelimesi mal değiş-tokuşu ile alışveriş gerçekleştirmeyi ifade etmekte ve trampa ya da takas etme anlamına gelmektedir. Kısaca Barter, mal veya hizmeti, yine mal veya hizmetle değiştirmek anlamına gelmektedir.

Barter sistemi aslında bilinen birebir karşılıklı takas işlemlerinden farklı gelişmiş bir sistemdir. Çünkü Barter sistemi satın alınan mal veya hizmetin bedelinin, üretilen mal veya hizmet ile ödendiği bir finans ve ticaret sistemidir. Bu sistem, işletmelerin bir araya gelerek oluşturduğu bir pazardır ve Barter Pazarı'nı oluşturan işletmelerin arz ve talepleriyle işlemektedir. Barter sistemiyle çalışan bir işletme, Barter Ortak Pazarı'ndan satın aldığı ürünlerin bedelini, ürettiği veya ticaretini yaptığı ürünleri Barter Ortak Pazarı'nda satarak

ödemektedir. Başka bir ifadeyle Barter Pazarı'na ürün satan işletme, bunun bedelini, Barter Pazarı'nda satışa sunulmuş ürünler listesinden dilediğini satın alarak tahsil etmektedir<sup>2</sup>.

Barter sistemi aslında bir örgütsel pazar olarak ifade edilebilir. Örgütsel pazarlar tüketici pazarından farklı bir pazar niteliği taşımaktadır. Ürünlerin değişiminin gerçekleşmesinde karşılıklı taraf olarak bir tarafta ürettiği mal ya da hizmeti ile bedel ödemeye istekli satıcı yani malını pazarlamayı amaçlayan işletme ile bu mal ya da hizmeti kendi şahsi ihtiyaçları için değil kurumsal amaçlarla satın alan alıcı yani satın almayı kendi mal ya da hizmetleriyle ödemeyi amaçlayan işletme bulunmaktadır.

Pazarlamada iki tür pazardan söz edilebilir. Bunlar müşteri pazarı ve örgütsel ya da B2B pazarlardır. Bu kategori ayrımı bireylerin ve grupların karakteristik özellikleri dikkate alınarak, spesifik bir pazar ve ürünleri satın alma amaçları göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Müşteri pazarı, tüketim niyetinde olan ya da satın alınan ürünlerden yarar sağlamayı amaçlayan ve satın aldığı ürünlerden kar sağlamayı düşünmeyen ev halkını oluşturan müşteri ve bireyleri içermektedir. Örgütsel ya da B2B pazar ise spesifik bir ürünü şu üç amaçla ki bunlar yerinden satış, doğrudan bir başka ürünü üretmek için ya da genel günlük işlemlerinde kullanmak için satın alan bireyler ya da grupların oluşturduğu pazarı ifade etmektedir[Pride ve Ferrell, 2000: 165-166].

Örgütsel satın alıcılar müşterilere göre genellikle daha kompleks satın alma kararlarıyla karşı karşıyadır. Satın alımlar sıklıkla daha büyük meblağlarda para, kompleks teknik ve ekonomik düşünceleri ve çeşitli seviyelerdeki satın alıcı örgütlerdeki çok sayıda insanla etkileşimi içermektedir. Müşterilere oranla satın alımların daha kompleks olması dolayısıyla örgütsel satın alıcılar daha uzun sürede karar verme durumunda kalabilmektedir. Örgütsel satın alma süreci müşteri satın alma sürecine göre daha formaliteye yani resmiyete dayanmaktadır. Büyük örgütsel satın almalar genellikle detaylandırılmış ürün spesifikasyonları için aramaları, satın alma siparişlerinin yazılmasını ve formal onayları gerektirmektedir. Son olarak örgütsel satın alma sürecinde genellikle satıcı ve alıcılar birbirine daha fazla bağlı olmaktadır. Müşteri pazarcıları ise genellikle kendi müşterilerinden mesafeli durmaktadır. Fakat örgütsel pazarcılar satın alma sürecinin her aşamasında kendi müşterileriyle daha yakından iş yapmaktadır. Müşterilerine problemleri tanımlamada yardım etmekte, çözümler bulmakta satış sonrası işlemlerde destek sağlamaktadır[Kotler ve Armstrong, 1993: 162]. Örgütsel satın almaların amacı

<sup>2</sup> www.kosgeb.gov.tr/Ekler/ Dosyalar/BilgiBankasi/30/BARTER.doc, Barter Nedir? (Erişim Tarihi: 21.09.2004)

işletmelerin kendi ürünlerinde fiyat, kalite ve hizmet boyutları açısından optimal kombinasyonu başarabilmektir. Genellikle bu tip satın almalarda amaç işletmenin kendi ilgi alanındaki işletmelere göre konumunu koruması ve güçlendirmesidir[Sommers, Burnes ve Stanton, 1992: 178].

Barter sistemine bakıldığında üyelikle çalıştığı görülmektedir. Her işletme istemesi halinde temelde pazar ve sektör kısıtlaması olmaksızın barter sistemine üye olabilmek hakkına sahip bulunmaktadır. Ancak sadece Barter Şirketince onaylanan işletmeler üye kabul edilmektedir. Barter sisteminde üyelerin ürünleri ile ödeme yapabilecekleri oranda alım yapmaları ve yine ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri oranda satış yapmaları esastır<sup>3</sup>. Başka bir deyişle yapılacak alış ile satış işleminin bir denge arz etmesi gerekmektedir. Üyelik sisteminin söz konusu olması işletmelerin birbirlerini daha yakından tanımalarını sağlamak ve sistem güvene dayalı olarak işlemektedir.

Barter sistemi üyeler arasındaki haksız rekabeti ortadan kaldırmaktadır. Kimin ne kadar ürünü arz edeceği önceden bilinmekte bu da bilginin sisteme dahil olan işletmeler arasında sürekli olarak paylaşılmasından kaynaklanmaktadır. Bir işletmenin diğer işletmeye üstünlük sağlaması sistemin getirdiği sınırlamalar ve düzenlemeler dolayısıyla engellenmektedir.

#### **IV. BARTER SİSTEMİNİN YAPISI**

Barter sistemine girmek isteyen işletmelerin üyelik başvurularının kabulü ve sözleşmelerinin onaylanmasından sonra işletme "barter üyesi" unvanı kazanmaktadır. Üyelik unvanı ile birlikte işletmeye Barter şirketi tarafından "işlem yapma" yetkisi verilmektedir. Bu aşamadan sonra sistem şu şekilde işlemektedir<sup>4</sup>:

**1- Üye İşletmeye, Barter Şirketi Tarafından "Barter Çeki" Teslim Edilir :**  
Barter çeki, iki üye işletme arasında gerçekleşen alım satım işlemlerinde bir değişim aracı olarak kullanılan, barter sisteminin kıymetli evrakıdır. Barter çeki üzerinden yapılan işlemin USD/EURO cinsinden tutarı yazılır ve ürünü alan işletme tarafından imzalanıp kaşelenir. Aynı zamanda çekin üzerine Barter şirketi tarafından verilen "provizyon kodu" yazılmaktadır.

<sup>3</sup> www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/30/BARTER.doc Barter Nedir? (Erişim Tarihi: 21.09.2004)

<sup>4</sup> http://www.turkbarter.com sitesinden uyarlanarak alınmıştır (Erişim Tarihi: 12.05.2004).

**2- Üye Olan İşletmenin Sistemde Hangi Ürünlerin Satıldığını ve Talep Edildiğini Daha Çabuk ve Rahat Takip Edebilmesi İçin İnternet Şifresi Verilir :** İşletme internet şifresini kullanarak gerekli araştırmaları yaptıktan sonra ilgilendiği ürünü arz eden işletme bilgilerine ulaşmakta ve işletmeyle doğrudan temasa geçebilmektedir.

**3- İşlemin Gerçekleşmesi :** Üye iki işletme ürününün fiyatında, kalitesinde, teslimat şartlarında anlaşmaktadır. Alıcı işletme, ödeme yapmak üzere kendisine teslim edilen barter çekini doldurduktan sonra imzalayıp kaşeler. Ürünlerin bedeli USD/EURO' ya çevrilir ve çekin üzerine yazılır. Sonra satıcı işletme Barter şirketini arayarak provizyon kodu talep eder. Burada amaç, alıcı işletmenin kredi limitinin bu alışverişe uygun olup olmadığının araştırılmasıdır. Barter şirketi, kredi limiti yeterli olan işletmeye provizyon kodu verir. Provizyon kodu olmayan çeklerin geçerliliği yoktur. Üzerine provizyon kodu yazılan barter çekinin ilk iki nüshasını satıcı işletme alır. Satıcı işletme, aldığı iki nüsha çekin birinci nüshasını Barter şirketi merkezine 7 gün içerisinde ulaştırmak durumundadır. Barter şirketi, gerekli provizyon kodunu vermesiyle birlikte gerçekleşen işlem tarihi itibarıyla alıcı işletmenin cari hesabına toplam tutar kadar borç, satıcı işletmenin cari hesabına ise toplam tutar kadar alacak kaydeder. Barter şirketi ayrıca, her iki işletmenin de cari hesabına işlem bedelinin belli bir oranı kadar komisyonu borç olarak kaydeder. Bu komisyon oranları her iki işletmeye de fatura edilir. Barter çekine provizyon kodu verilip orijinal nüshanın Barter şirketi merkezine ulaşması ile birlikte barter işlemi sona erer.

**4- Arz Talep Bilgilerinin Güncellenmesi :** Üye işletmeler, arz ve taleplerini gerek arz-talep formunu, gerekse interneti kullanarak güncellemek durumundadırlar. Barter şirketi de, güncellenen bu bilgileri üyelerine zamanında bildirmekten sorumludur.

**5- Müşteri Temsilcileri (Brokerlar) :** Barter şirketi tarafından işletmelere tahsis edilen brokerlar, üye işletmelerin barter sistemini kullanmalarına yardımcı olurlar. Barter sistemine üye olma süreci işletmenin şahsen başvurusu ile başlar ve barter şirketi tarafından işlem yapma yetkisi verilmesiyle sona erer. Üyelik başvurusunda bulunan işletmelerden Barter üyelik sözleşmesi (2 nüsha), Vergi levhası fotokopisi, İmza sirküleri, Şirket kuruluş gazetesi, Ticaret odası faaliyet belgesi, Firma bilgi formu, Arz ve talep bilgi formları, İşletme tanıtım broşürleri istenmektedir. Bu belgelerin eksiksiz olması gerekmektedir. Eksiksiz olarak hazırlanan bu belgeler barter şirketi genel merkezine verilmektedir. Üye adayları olan işletmenin başvurusu sonrasında barter sistemi içerisinde

çalışabilecek yeterlilikte olup olmadığı tespit edilmektedir. Üyelğin kabul edilmesiyle birlikte işletmeye işlem yapma yetkisi verilmektedir. İmzalanmış sözleşmenin bir sureti üye işletmeye teslim edilmektedir.

## **V. BARTER SİSTEMİNİN FAYDALARI**

Barter sisteminin sağladığı faydaları alıcı ve satıcılar açısından ayrı ayrı ele alabiliriz.

Bunlar:

### **A) SATICI İŞLETMELER AÇISINDAN FAYDALARI**

Barter sisteminin kendi başına büyük bir pazar teşkil ettiği düşünülürse, satıcı işletmeler açısından sağladığı faydalar şu şekilde ifade edilebilir<sup>5</sup>.

- a) Barter, işletmelere stoklarını eritme ve atıl kapasitelerini satışa çevirme imkanı sunmaktadır.
- b) Barter, işletmelerin satışlarını arttırmaktadır.
- c) Barter, işletmelerin yeni müşteriler kazanmasını sağlar.
- d) Barter üyeleri tahsilat riski olmadan ticaret yapabilmektedir.
- e) Barter ile satış yapmak için işletmeler ek hiç bir masraf yapmazlar. İşletmeler bir sene boyunca ürünlerinin ücretsiz reklam ve tanıtımını yapma imkanı elde ederler.
- f) Barter ile işletmeler yeni pazarlara girme olanağı elde ederler.

### **B) ALICI İŞLETMELER AÇISINDAN FAYDALARI**

Barter sistemi sadece satıcı işletmeler alıcı işletmelere bir takım faydalar sağlamaktadır. Bunlar:

- a) Alıcılar satın almak istedikleri ürünleri satan işletmeleri daha yakından tanımakta ve alışveriş işleminde rahat hareket etmektedirler.
- b) Alıcı işletmeler kendileri açısından daha uygun ürün alımlarını takas yoluyla gerçekleştirebilmektedir.
- c) Alıcı işletmeler, satıcı işletmeler hakkında doğru ve gerekli bilgiye ulaşma imkanı elde etmektedir.

---

<sup>5</sup> www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/30/BARTER.doc Barter Nedir? (Erişim Tarihi: 21.09.2004)

## VI. BARTER SİSTEMİNİ KULLANMA AMAÇLARI

İşletmelerin Barter sistemini kullanma amaçları şu şekilde belirtilebilir<sup>6</sup>.

**1. Nakitsiz Finansman:** İşletme Barter sisteminden ürün satın aldığı anda nakit ödememekte, dolayısıyla işletmelerin ihtiyaçlarının karşılanmasında nakit akım dengesi olumsuz etkilenmemektedir. Barter sistemi özellikle finansman imkanlarının daraldığı ve finansman maliyetlerinin yükseldiği dönemlerde tercih edilmektedir. Barter kredileri, daha önce nakit olarak yapılan harcamalarla ilgili maliyet kalemlerinde kullanılabilen ve sağlanan nakit avantajı işletmenin cari harcamalarında kullanılarak finansman maliyetleri düşürülebilmektedir.

**2. Mal ve Hizmet Alımlarında Faiz Kadar Tasarruf:** İşletmeler Barter sistemiyle nakit para kullanmadıklarından faizsiz ticaret yapmaktadırlar. Nakit para kullanılmaması nedeniyle faiz yükünün ortadan kalkması kar oranlarını artırmaktadır. Özellikle doyum noktasında olan sektörlerde daha fazla mal üretilip satılması güç olduğundan işletmeler karlılıklarını maliyetlerini düşürmek suretiyle artırmak istemektedirler. Ancak, satın almada daha ucuz mal ve işçiliğin kaliteyi düşürebileceği endişesiyle işletmeler genellikle satın almada para ile oynanabilecek yöntemleri tercih etmektedirler. Leasing, factoring gibi finansman teknikleri bu zorlamanın sonucunda uzun süredir kullanılmaktadır. Barter sistemi para kullanılmaksızın işlediğinden işletmelere faiz kadar bir maliyet düşüşü temin edebilmektedir.

**3. Ek Pazarlama ve Ciro İmkani:** Barter sisteminde işletmeler internet aracılığıyla bir pazarlama ve bilgi iletişim ağına dahil olmaktadır. Barter sistemine gerek iç, gerekse dış pazarlardan gelen talepler, mal ve hizmet arz eden üyelere yeni pazar imkanları yaratabilmektedir. Sistemin işleyişi gereği sistemden mal ve hizmet alındığında, buna karşılık gösterilen mal ve hizmetlerin barter sisteminde satılması kolaylaşmaktadır. İşletmenin atıl kapasite problemi varsa bu etki daha da artacaktır. Zira, barter sisteminde işletme, hangi ürünlerini hangi miktarda sisteme sunacağına kendi karar vermekte, istediğinde arz yapısını değiştirebilmektedir. Bu nedenle, sisteme öncelikle stoklar ve atıl kapasite arz edilebilmektedir. Ayrıca Barter sistemiyle yeni müşteri potansiyeli yaratılabilmekte ve ilave müşteriye bağlı ciro ve kar artışı söz konusu olabilmektedir. Sistemde her arz alımı da beraber getirdiğinden, bu işletmeler için üretim artışı ve ek istihdamı da uyarabilmektedir.

<sup>6</sup> <http://www.turmob.org.tr/yayinlar/sirkuler/s27s6.html> Barter Üye Sistemi Hangi Amaçlarla Kullanılıyor? (Erişim Tarihi: 22.01.2004)



**4. Alacak Riskinin Ortadan Kalkması ve Daha Hızlı Tahsil İmkani:** Barter uygulamasında mal ve hizmet arz eden işletme, satış anlaşması yapılmasından önce alıcı işletmenin barter hesabını fatura bedeli kadar bloke ettirebilmekte ve ödemeyi riskten arındırabilmektedir. Barter sisteminde her işlem öncesi bir satış izni alınması söz konusu olmakta, sistem daha önce de belirtildiği gibi bir havuz mantığıyla çalıştırılarak alacaklı korunmaktadır. Sistemin tercih edilmesinin bir başka nedeni tahsil süresinin kısılmasıdır. Zira, satış yapan işletme, alacağının tahsili için satış yaptığı işletmenin sisteme satış yapmasını beklememekte, sisteme arz edilmiş bulunan diğer mal ve hizmetlerden alarak alacağını tahsil edebilmektedir.

**5. Reklam İmkani** Barter organizasyonlarının üye listeleri, sisteme sunulan mal ve hizmetlerle ilgili ayrıntılı bilgiler bu organizasyonların bilgi bankalarında bulunmaktadır. Bu bilgiler İnternet ortamında üyelerin kullanımına sunulduğundan üyeler ücretsiz ve hedefine ulaşan bir reklam imkanı yakalamış olmaktadır.

**6. Ek İthalat ve İhracat İmkani** Barter işletmeleri, uluslararası pazarlarda da faaliyet göstermekte, sisteme üye olan firmalar dış ticaret işlemlerinde ilave imkanlar elde edebilmektedir. Aslında burada önemli olan nokta, barter organizasyonlarının teknoloji yardımıyla hızlı bilgi üretmesi ve bunları hızlı bir şekilde iletebiliyor olmasıdır. Bu özellikle yurt dışında ilişkileri olan veya olmasını hedefleyen işletmeler için önem arz etmektedir. Çünkü özellikle büyük ölçekli işletmeler bu bilgilerin önemini kavramış ve bu alana yatırım yapmışlardır. Ancak küçük ve orta ölçekli işletmelerin buna yatırım yapabilecek güçleri bulunmamaktadır. İşte özellikle bu yapıdaki işletmeler söz konusu zorlukları aşmak amacıyla barter organizasyonlarına dahil olmaktadır.

**7. Vadeli Kredi İmkani** Barter işletmeleri, üyelerine bir çeşit barter finansman kredisi kullandırmış olmaktadır. Bu süre yurt dışı uygulamada 12 ay olup, Türkiye uygulamasında genellikle 9 aylık bir süredir. Barter üyeleri, satın aldıkları mal ve hizmetlerin bedelini 9 aylık bir süre içinde kendi ürettikleri mal ve hizmetle ödemektedirler. Bu süre içinde mal ve hizmet satışı yoluyla ödeme yapılmazsa sürenin sonunda borç nakit olarak kapatılmaktadır.

**8. Alacak Değerinin Korunması** Barter sisteminde yapılan satışlarda, mal ve hizmet bedeli, birim para (ABD Doları, EURO) üzerinden hesaba alacak olarak geçirildiğinden, değer kaybı ortaya çıkmamaktadır.

**9. Tedarik Kolaylığı:** Barter sistemi üyelerinin satın alma taleplerini kategorize etmekte, üye işletmeler satın almak istedikleri mal veya hizmeti aramaksızın bulabilmekte, tedarik işini barter şirketinin bilgisayarını ve danışmanları yapmaktadır. Satın alma talepleri barter çalışanları tarafından araştırılmakta ve alternatif öneriler getirilmektedir. Böylece önemli bir zaman tasarrufu sağlanabilmektedir.

**10. Pazar Yapısı Hakkında Bilgi Edinme İmkani:** Barter sisteminden faydalanan işletmelerin bu sisteme dahil olmalarının önemli nedenlerinden biri, üyelere gelen taleplerin bir araya getirilmesiyle meydana çıkan bilgi borsasından faydalanabilme imkanıdır. Çünkü bu bilgi birikimi, kimin ne satın almak istediği sorusunun da cevabı olmakta ve sisteme arzedilen "data"dan Hangi mal ve hizmetlere talep olduğu, Bu talebin hangi işletmelerden geldiği, Taleplere karşılık hangi işletmelerin arz bildirdiği, Mal ve hizmetlerin fiyatları, Barter oranları, Talebin sürekli olup olmadığı, Hangi mal ve hizmetlere talebin arttığı, hangilerinde azaldığı bilgilerine ulaşılabilmektedir. Tüm bu bilgiler çok iyi bir piyasa araştırmasıyla elde edilebilecek barter iletişim sistemi sayesinde kısa zamanda üyelerin bilgisi dahiline girmektedir. Diğer taraftan bu bilgiler, bazı kriterlere (bölgelere, firmaların ölçeğine, talep büyüklüğüne vs.) göre de tasnife dilerek kullanıma sunulmaktadır. Böylelikle işletmeler pazar yapısı hakkında net bilgi sahibi olabilmektedirler.

**11. Yeni Pazarlara Ulaşmanın ve Yeni Müşteriler Kazanmanın Kolay Yoludur:** Barter sisteminin bir klüp gibi çalıştığı düşünüldüğünde üye işletmeler, genellikle alım ve satımlarında diğer bir barter üyesi işletmeyi tercih etmektedir. Sistemde bir üye işletmenin alım yapması, aynı zamanda diğer bir üye işletmenin satış yapması anlamına gelmektedir. Bu durum aslında hiç tanımadıkları ve satış yapma imkanına sahip olmadıkları müşterilere ulaşma imkanı sağlamaktadır. Bu yolla üye işletmelerin müşteri portföyleri gelişmektedir<sup>7</sup>.

**12. Barter, Üyelerini Rekabetin Zararlı Etkilerinden Koruyan Bir Sistemdir :** Barter sisteminde arz-talep dengesi gözetildiğinden aynı ürünü üreten fazla sayıda üreticiye sistemde yer verilmez. Yani, barter sistemine üye olan bir işletme, kendi sektöründe faaliyet gösteren çok fazla rakiple karşılaşmamaktadır<sup>8</sup>.

## VII. BARTER SİSTEMİNDE FİYAT BELİRLEME

<sup>7</sup> <http://www.turkbarter.com/nedir1.asp> ve <http://www.turkbarter.com/nedir2.asp> den değiştirilerek ve geliştirilerek alınmıştır. (Erişim Tarihi: 16.09.2004).

<sup>8</sup> <http://www.turkbarter.com/nedir1.asp> ve <http://www.turkbarter.com/nedir2.asp> den değiştirilerek ve geliştirilerek alınmıştır. (Erişim Tarihi: 16.09.2004).

Barter sisteminde gerçekleşen işlemlerde fiyat, kalite, teslimat şartları vb. gibi bütün şartlar serbest piyasa anlayışında alıcı ve satıcılar tarafından karşılıklı olarak belirlenmektedir. Burada hiç bir barter sistemi üyesine ürününü piyasaya arz ettiği fiyattan daha yüksek bir fiyatla satmasına izin verilmez. Satış barter sistemi ile gerçekleştiğinden yüksek fiyat isteyen işletmeler söz konusu olduğunda Barter Şirketince uyarılmakta ve eğer işletme aynı uygulamaya devam ederse, üye, sistemden ihraç edilmektedir<sup>9</sup>.

Barter, üye işletmelerin birbirleriyle alışveriş yaptıkları bir sistemi ifade etmektedir. Üye işletmeler sadece barter pazarında arz edilen ürünleri satın alabilmektedir. İşletmeler ürünlerini alıcı firmalara satabilmeleri için Barter Şirkettinden satış yetkisi için Provizyon Kodu almaları gerekir. Provizyon Kodu alınmadan yapılan satışların tahsilatı için Barter Şirketi sorumluluk kabul etmez. Barter sistemi ile satış yapan işletme ürününün bedeli kadar barter sisteminden alacaklı olmakta ve alacağını sistemden mal veya hizmet satın alarak tahsil etmektedir. Barter sisteminin üyeleri bir mal veya hizmet satın aldıklarında para ve diğer ödeme araçları ile ödeme yapmazlar ve bedeli karşılığı USD/EURO olarak barter sistemine borçlanırlar<sup>10</sup>.

### **VIII. BARTER SİSTEMİNE BİR ÖRNEK<sup>11</sup>**

Bir inşaat şirketinin 10 daireyi tanesi 100.000 \$ üzerinden yapıp sattığını düşünelim. Satış değeri 100.000 \$ olan bir dairenin maliyet kalemleri (yaklaşık rakamlarla) şöyledir.

Kaba İnşaat = 28.000 \$

İnce İnşaat = 22.000 \$

İşçilik = 15.000 \$

Genel Giderler =24.000 \$ (Tanıtım, pazarlama, büro, reklam giderleri vs. )

Bir Daire Toplam Maliyeti = 65.000 \$

<sup>9</sup> [www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/30/BARTER.doc](http://www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/30/BARTER.doc) Barter Nedir?,(Erişim Tarihi: 21.09.2004)

<sup>10</sup> [www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/30/BARTER.doc](http://www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/30/BARTER.doc) Barter Nedir?,(Erişim Tarihi: 21.09.2004)

<sup>11</sup> <http://www.geocities.com/burtaymutlu/barter/b.html>, Barter Sisteminin Hukuki Durumu (Erişim Tarihi 28.11.2003).

10 daire için = 650.000 \$

Minumum Maliyet Yüzdesi: %8

İnşaat Süresi (ortalama) 6 ay ise; 10 daire Alternatif Minimum Maliyeti =  
(650.000\$ x %8)/2 = 26.000 \$

İnşaat Toplam Maliyeti = 650.000 \$ +26.000 +24.000 = 700.000 \$'dır.

Firmanın tüm dairelerini piyasada zahmetsizce ve beklemeden sattığını düşünelim.

Barter Sisteminin Kullanımı : Aynı inşaat şirketinin, barter sistemini kullandığını ve kimi ürünlerini sistemden karşıladığını düşünelim. Firma Barter sisteminden kaba inşaat malzemelerini ve işçiliği sağlayamamıştır. Sadece ince işlerinin bir kısmını ve diğer pazarlama giderlerini sağlamıştır. (Sıva, boya, alçı, seramik-fayans, su-elektrik tesisatları, inşaat kimyasalları, araç bakım onarım, çelik-ahşap kapı, reklam, broşür, kırtasiye malzemesi, sigorta, vs. gider kalemleri )

\* 22.000 dolarlık İnce İnşaat giderlerinin %75' ini ve 24.000 dolarlık 'lık genel gider kalemlerinin de %50' sini sistemden karşıladığını farz ediyoruz.

İnşaat firması Barter sisteminden; (16.500x10) + 12.000 = 177.000 \$'lık ürün almıştır.

Barter sisteminde, nakit para ile sağladığı avantajların bulunmadığını, fiyatların biraz daha yüksek olabileceğini farz ederek. Bu rakamı 200.000 \$'a yuvarlıyoruz.

#### **DURUM TESPİTİ:**

a) Eğer Barter sistemi kullanılmaz ise; İnşaat Firması 6 ay da toplam 700.000 \$'a 10 daire üretip, tanesi 100.000 \$'dan, toplam 1.000.000 \$'a satmıştır ve bu süre sonunda 300.000 \$ kazanmıştır.

b) İnşaat firması 6 ay da toplam 200.000 \$ (Barter Sistemine Borç) + 523.000 \$ nakit masrafla dairelerini üretmiştir.

Görünüşte inşaat şirketi barter sistemini kullandığı için üstelik 23.000 \$ fazla harcama yapmış olarak gözükmektedir. Ancak gerçekte öyle değildir.

Çünkü 1) İnşaat şirketi 6 ay boyunca 177.000 \$ daha az nakit para kullanmıştır. Bu nakdi başka bir alanda yatırımda kullanabilir. Mesela, nakit maliyeti 65.000 \$ olan dairelerden iki tane daha yapıp, (200.000 \$ (satış fiyatı) – 130.000 \$ = 70.000 \$) ekstra bir gelir kazanmıştır. Elinde kalan 47.000 \$'ı daha farklı olarak kullanabilir. Sisteme fazladan

yaptığı bu iki daireyi-büroyu satarak borcunu, 6 ay sonra inşaat bitiminde imkanı olan 9/12 aylık vadeyi kullanmayarak- ödediğini farz edelim.

**SONUÇ :** İnşaat Firması elindeki sermayesi 700.000 \$ ile 10 daire yapabilirken, barter sistemi ile üretim artışına yönelmiş ve 12 daire yapmıştır. Bu dönemde 523.000 \$ (10 daire maliyeti) +130.000 \$(iki daire maliyeti ) = 653.000 \$ (bu daireler için barter sisteminden hiç ürün almadığını farz ediyoruz) nakit para harcamış ve sisteme 200.000 \$ borçlanmıştır.

Firmanın Kârı = 700.000 – 653.000 = 47.000\$ artan para

1.000.000\$ – 653.000\$ = 300.000\$ + 47.000\$ dönem sonunda elindeki para (10 daireden elde ettiği)

200.000\$ - 130.000\$ = 70.000\$ barter sisteminden elde ettiği gelir.

Eğer bu ürünleri nakit olsa idi, 23.000\$ avantajlı olacaktı ama, sistemden aldığı için bu kaybedilmiş avantajı da hesaba dahil edeceğiz. Barter kullanarak ve borcunu daire satın ödeyerek, 70.000\$ – 23.000\$ = 47.000\$ tasarruf edilmiştir. Bu para ise daha ilk ürün alımında elinde kalan nakit paradır.

Firma sonuç olarak 347.000\$, 10 adet gayrimenkulun satışından elde edilen nakit kâr ve tasarruf ile firmanın kârlılık oranı nakit para da; %15 artmıştır. Oysa sermayesi aynıdır. Hatta daha düşük oranda kullanmıştır.

## **IX. BARTER İŞLEMLERİNİN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ**

Üye Firmalar “Barter İşlem Hesabı” adında bir cari hesap açarlar. Barter sistemi ile işlem yaptıklarında alacakları ve borçları “Barter İşlem Hesabı” nda takip ederler. Barter’ lı İşlemler Hesabı 120’ li hesaplar içerisinde bir açık hesaptır. Örneğin burada “120 BARTER İŞLEM HESABI” kullanılabilir. Ürün satan firma alacak hesabını, bir başka zaman barter sisteminden mal ve hizmet satın alarak kapatır. Aynı şekilde barter sisteminden mal veya hizmet satın alan üye de borç hesabını, bir başka zaman barter sistemi ile ürün sattığında kapatır.

### **Barter Borçlarının Muhasebeleştirilmesi**

Üye barter sistemi ile mal veya hizmet satın aldığı anda, aldığı mal veya hizmet bedeli karşılığı “120 Barter İşlem Hesabı” nı alacaklandırır.

153 TİCARİ MALLAR HESABI		XX	
191 İNDİRİLECEK K.D.V. HESABI		XX	
	120 BARTER İŞLEM HESABI		XXXX

Komisyon giderlerini de sistemden alacağından düşerek ödemiştir.

653 KOMİSYON GİDERLERİ HESABI		X	
191 İNDİRİLECEK K.D.V. HESABI		X	
	120 BARTER İŞLEM HESABI		XX

### **Barter Alacaklarının Muhasebeleştirilmesi**

Üye barter sistemi ile mal veya hizmet sattığında, sattığı mal veya hizmet karşılığı “120 Barter İşlem Hesabı” nı borçlandırır. Satışlar Hesabı’ na alacak kaydeder. Barter işlem dekontları KDV dahil olarak toplam fatura tutarı üzerinden kesilir. Faturalar açık olarak tanzim edilir.

120 BARTER İŞLEM HESABI		XXXX	
	600 YURTİÇİ SATIŞLAR HESABI		XX
	391 HESAPLANAN K.D.V. HS.		XX

Komisyon giderlerini de sistemden alacağından düşerek ödemiştir.

653 KOMİSYON GİDERLERİ HESABI		X	
191 İNDİRİLECEK K.D.V. HESABI		X	
	120 BARTER İŞLEM HESABI		XX

### **Alacak ve Borç Hesapları’ nın Kapatılması**

Barter işlemi yapan firma, borçlu ise ya sisteme mal satar veya günü gelince borcunu DOLAR/EURO karşılığı nakit öder. Ortaya çıkan kur farkını ise “Finansman Gideri” olarak kaydeder. Satıcı ise “Kur Farkı Geliri” olarak kaydeder.

### **Firma Sistemden Mal Alıp, On iki Ay Sonra Ödemeyi Barter Şirketine Nakit Olarak Yaptığında İşlemin Muhasebeleştirilmesi**

Sistem üyesi bir firma barter ile mal almış, ancak on iki aylık süre içerisinde borcunun karşılığını kendi malı ile ödeyememiş, sürenin bitiminde cari USD/EURO üzerinden ödemesini peşin olarak barter şirketine ödemiştir. Mal alan şirket borcunu sisteme 12 ay sonra USD/EURO cinsinden ödemiştir.

120 BARTER İŞLEM HESABI	/		XX
780 FİNANSMAN GİDERLERİ HESABI			X
		100 KASA HESABI	XXX

Yukarıdaki kayıta üye işletmenin bir finansman giderine katıldığı kabul edilmiştir. Bu nedenle de “780 FİNANSMAN GİDERLERİ HESABI” borçlandırılmıştır.

## X. SONUÇ

Barter sistemi günümüzün değişen ve dinamik Pazar koşulları altında işletmelere kolay Pazar bularak satış yapma ve nakit ödemeksizin mal değişimini esas alan bir ticaret sistemi olarak örgütsel değişimleri dikkate alan bir uygulamadır. Örgütsel değişimler daha fazla bilgi değişimini ve iletişimini gerekli kıldığından Barter sistemi, bilgi değişiminin gerçekleşmesini bünyesinde barındırdığı üyelik sistemiyle güçlendiren bir yapı taşımakta ve Pazar çevresindeki değişimlere karşı bir kalkan görevi görerek işletmelerin güç koşullar altında faaliyetlerine devam etmesini kolaylaştırmaktadır. Barter sistemi, işletmelerin sadece parayı elde bulundurarak karşılaşacakları riskleri ortadan kaldırmakla kalmamakta aynı zamanda işletmelere, yeni müşterilere ulaşma ve ücret ödemedi reklam yapma olanağını da sağlamaktadır. Bilginin gücünün oldukça fazla hissedildiği günümüzde işletmelerin kolaylıkla mallarını pazarlayacakları potansiyel müşterilere ulaşması bakımından barter sistemi uygun bir Pazar ortamı sunmaktadır.

Barter sistemini kullanmak isteyen işletmeler bu sisteme uygun bilgi çıktıları verebilmek için sistemin gerekli kıldığı yapılanmayı işletmenin tüm birimlerinde yapmak durumundadır. Bu birimlerden en önemlilerinden biri ise “Mali İşler Departmanı” ve/veya bu ve benzeri isimlerle anılan departmanlardır. İşletmelerin Barter sistemine üye olmaları halinde uygun kayıt tutması gerekmektedir. Yukarıda çeşitli durumlar karşısında kayıt örnekleri verilmiş olmakla birlikte temel nokta işletmelerin yabancı para cinsinden yapacağı Barter işlemlerini 9 nolu hesap kümesi olan “Nazım Hesaplar” itibarıyla de

izlemesi gerekliliğidir. Ancak bu noktada bu işlemin ihtiyari bir yapısı olması nedeniyle detaylara inilmemiştir.

Sonuç olarak, işletmelerin Barter sistemine üye olmaları, işletmeleri çeşitli noktalarda Barter sistemine uygun davranmaya zorlamakta bu da işletmelerin gerekli düzenleme, organizasyon ve yapılanmayı gerçekleştirmelerini zorunlu hale getirmektedir.



## KAYNAKÇA

- ERKAN, Mehmet (2000), “Yeni Bir Finansman Aracı Olarak Barter’in Diğer Finansman Teknikleri ile Karşılaştırılması”, *Active Finans*. Sayı no:12, Nisan-Mayıs.
- KOTLER, Philip ve Gary ARMSTRONG (1993), *Marketing on Introduction*, Third Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- SOMMERS, Michael, James BURNES ve William STANTON (1992), *Fundamentals of Marketing*, Six Edition Canadian, Toronto: McGraw Hill.
- PRIDE, William ve O. C. FERRELL (2000), *Marketing Concept and Strategies*, Library Edition, Boston: Houghton Mifflin Company.
- GÖKÇE, Mehmet Uğur (1997), “Barter Nedir?”, *Maliye Postası Dergisi*, Sayı: 407, 15 Ağustos.
- OKTAY, Nüvit (1987), *Karşılıklı Ticaret Sistemi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- SÜRMEYEN, Yusuf ve Uğur KAYA (2001), “Barter ve Muhasebe İşlemleri”, *Vergi Dünyası*, Sayı: 239.
- [www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/30/BARTER.doc](http://www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/BilgiBankasi/30/BARTER.doc), Barter Nedir? (Erişim Tarihi: 21.09.2004)
- <http://www.turkbarter.com> (Ziyaret Tarihi 06.01.2003)
- <http://www.turmob.org.tr/yayinlar/sirkuler/s27s6.html> (2004) Barter Üye Sistemi Hangi Amaçlarla Kullanılıyor? (Erişim Tarihi: 22.01.2004)
- <http://www.turkbarter.com/nedir1.asp> (Erişim Tarihi: 16.09.2004)
- <http://www.turkbarter.com/nedir2.asp> (Erişim Tarihi: 16.09.2004)
- <http://www.geocities.com/burtaymutlu/barter/b.html>, (2003)Barter Sisteminin Hukuki Durumu (Erişim Tarihi 28.11.2003).