**Chapter 28**

**1) Describe each of the following: a. sight draft b. time draft c. banker’s acceptance d. promissory note e. trade acceptance.**

ა) sight draft არის კომერციული draft რომლის გადახდა ხდება მაშინვე. ბ) time draft არის კომერციული draft რომელიც არ მოითხოვს მაშინვე გადახდას. გ) banker’s acceptance არის მაშინ როცა ბანკი commercial draft-ის მომავალ გადახდის გარანტიას იძლევა. დ) promissory note არის IOU რომელსაც მომხმარებელი აწერს ხელს. ე) trade acceptance არის როცა მყიდველი თანხმდება commercial draft-ს და პირდება მის მომავალში გადახდას.

**2) in what form is trade credit most commonly offered? What is the credit instrument in this case?**

Trade credit ჩვეულებრივ გაიცემა ღია ანგარიშზე. ინვოისი არის საკრედიტო ინსტრუმენტი.

**3) what are the costs associated with carrying receivables? What are costs associated with not granting credit? What do we call sum of costs for different levels of receivables?**

Credit costs: cost of debt, ვალდებულების შეუსრულებლობის ალბათობა და cash discount.

No-credit costs: lost sales

ამ ორის ჯამი არის carrying costs.

**4) What are five Cs of credit? Explain why each is important.**

1) character: განსაზღვრავს მომხმარებელი მზად არის თუ არა გადაიხადოს მისი ვალი. 2) capacity: განსაზღვრავს მომხმარებელს შეუძლია თუ არა სესხის გადახდა operating cash flow-დან. 3) capital: განსაზღვრავს მომხმარებლის ფინანსურ რეზერვებს იმ შემთხვევაში როცა operating cash flow-თან პრობლემას აქვს ადგილი. 4) collateral: აქტივები რომლის ლიკვიდაციაც შეგვიძლია სესხის გადასახდელად ვალდებულების შეუსრულებლობის შემთხვევაში. 5) conditions: მომხმარებლის შესაძლებლობა აიტანოს ეკონომიკური კრიზისი და არის თუ არა ეს კრიზისი მოსალოდნელი.

**5) What are some factors that determine length of credit period? Why is length of buyer’s operating cycle operating cycle often considered an upper bound on the length of credit period?**

1) მალფუჭებადობა და collateral value. 2) მომხმარებლის მოთხოვნა, 3) შემოსავლიანობა, ხარჯი და სტანდარტიზაცია, 4) საკრედიტო რისკი, 5) ანგარიშის ზომა, 6) კონკურენცია, 7) მომხმარებლის ტიპი.

თუ საკრედიტო პერიოდი აჭარბებს მომხმარებლის operating cycle-ს, მაშინ ფირმა აფინანსებს მომხმარებლის ბიზნესის დებიტორებს და სხვა ასპექტებს რომლებიც აღემატება სავაჭრო ფირმის საქონელს.

**6) in each of following pairings, indicate which firm would probably have longer credit period and explain your reasoning. A. firm A sells a miracle cure for baldness; firm B sells toupees. B. Firm A specializes in products for landlords; firm B specializes in products for renters. C. Firm A sells to customers with inventory turnover of 10 times; firm B sells to customers with inventory turnover of 20 times. D. Firm A sells fresh fruit; firm B sells canned fruit. E. Firm A sells and installs carpeting; firm B sells area rugs.**

ა) B: ფირმა ა სავარაუდოდ მხოლოდ ნაღდი ფულის სანაცვლოდ გაყიდის, თუ პროდუქტმა ნამდვილად არ იმუშავა. თუ იმუშავა მაშინ მათ შეიძლება გასცენ გრძელი საკრედიტო პერიოდი მომხმარებლის გადმოსაბირებლად. ბ) A: მემამულეებს მნიშვნელოვნად უფრო დიდი collateral აქვთ და ეს collateral არაა ცვალებადი. გ) A: რადგან ფირმა „ა“-ს მომხმარებლის turnover ნაკლებად ხშირია, მას აქვს უფრო გრძელი inventory period და ამიტომ უფრო გრძელი საკრედიტო პერიოდი ექნება. დ) B: რადგან ფირმა „ა“-ს საქონელი არის მალფუჭებადი და ფირმა „ბ“-ს არა, ამიტომ ფირმა ბ-ს უფრო გრძელი საკრედიტო პერიოდი ექნება. ე) A: rugs სამართლიანად სტანდარტიზირებულია და ის არის გადასაზიდი, მაშინ როცა ხალიჩა მყიდველისთვის გამოსადეგია და ის არაა ტრანსპორტირებადი.

**7) when performing NPV analysis for decision to grant credit, what cost of debt should be used?**

პრაქტიკაში კომპანიისთვის რომელიც კრედიტს გასცემს მოკლევადიანი სესხის ღირებულება ყველაზე ხშირად გამოიყენება, თუმცა ეს აუცილებლად სწორი არაა. როცა ჩვენ ინვესტიციას ვიხილავთ მოთხოვნილი შემოსავლიანობა დამოკიდებულია საინვესტიციო რისკზე და არა დაფინანსების წყაროზე. მყიდველის მოკლევადიანი სესხის ღირებულება უფრო ახლოსაა სწორ rate-თან რადგან ის უფრო ზუსტად ახდენს გავლენას გადაუხდელობის რისკზე. გამყიდველის სესხის ღირებულების გამოყენებით იგულისხმევა რომ მყიდველს და გამყიდველს აქვთ თანაბარი მოკლევადიანი სესხის ღირებულება. რა თქმა უნდა, ჩვენ ასევე უნდა გავიხსენოთ რომ მოკლევადიანი სესხის ღირებულება მოსალოდნელია ბევრი კომპანიისთვის იყოს მსგავსი, ასე რომ გამყიდველის მოკლევადიანი სესხის გამოყენება მხოლოდ პატარა შეცდომას გამოიწვევს.

**8) Suppose we have new customer who will buy from our company if we grant credit. In calculating default rate, it’s likely to be high. Why is this so? How does this compare to decision to grant credit to a previous, cash-paying customer?**

თუ ჩვენ გავცემთ კრედიტს ახალ მომხმარებელზე ყველაზე მეტად პროდუქტის ცვალებადი ხარჯის დაკარგვის რისკი გვაქ. ამ დაბალი პოტენციური ხარჯის გამო კრედიტის გაცემაზე გადაწყვეტილება ხშირად არის „დიახ“. როცა ჩვენ შევისწავლით წინა გადამხდელ მომხმარებელზე კრედიტის გაცემისას გადაუხდელობის ალბათობას, კრედიტის გაცემისას გადაუხდელობის ალბათობა წინა გადამხდელზე უფრო დაბალია ვიდრე ახალზე გაცემისას. მიზეზი მარტივია: თუ გავცემთ კრედიტს წინა გადამხდელ მომხმარებელზე ჩვენ პროდუქტის შესყიდვის ფასის დაკარგვის რისკი გვაქვს რადგან ესაა რასაც მივიღებთ თუ არ გავცემთ კრედიტს.

**9) suppose we are considering granting credit to a new customer who will make a one-time purchase. If we compare default rate from this analysis with default rate for customer who will become repeat customer, which default rate will be higher? Why?**

გადაუხდელობის განაკვეთი განმეორებითი მომხმარებლისთვის უფრო მაღალი იქნება. ხშირად განსაკუთრებით განმეორებითი ბიზნესისთვის საკრედიტო ანალიზისთვის საუკეთესო გზაა ყველაზე გავცეთ კრედიტი. მიზეზი ისაა რომ ყველაზე მეტი პროდუქტის ცვალებად ხარჯს დავკარგავთ, მაგრამ განმეორებითი ბიზნესის გამო ამას ავიტანთ რადგან მომავალში დიდ სარგებელს ვნახავთ. გადამხდელუნარიანობის ერთ-ერთი საუკეთესო მსაზღვრელია რამდენად იხდიდა მომხმარებელი წარსულში. ამ შემთხვევაში მნიშვნელოვანია საწყის ეტაპზე მომხმარებლისთვის გაცემული კრედიტის კონტროლი. თუ მომხმარებელი კარგი გადამხდელი გახდება კრედიტის ლიმიტის გაზრდა ყოველთვის შეიძლება მომავალში.

**10) What is relationship between decision to grant credit and gross margin of product?**

პროდუქტისთვის რომელსაც უფრო მაღალი მარჟა აქვს გადაუხდელობის განაკვეთი უფრო მაღალი იქნება ვიდრე პროდუქტისა რომელსაც უფრო დაბალი გადაუხდელობის განაკვეთი აქვს. მაგალითად გვაქვს პროდუქტი რომელსაც აქვს ცვალებადი ხარჯი და იყიდება $ 100-ად. რადგან ჩვენ კრედიტის გაცემით მხოლოდ ცვალებად ხარჯს ვრისკავთ, ყველაზე მეტი თითო საკრედიტო გაყიდვაზე $1-ს დავკარგავთ. ამიტომ სანამ გადაუხდელობის განაკვეთი არაა 99 %-ზე მეტი კრედიტი უნდა გავცეთ. მეორე მხრივ, თუ ცვალებადი ხარჯია $ 99 ჩვენ ავიტანთ დავკარგოთ ბევრად მეტი ბევრად ნაკლები პოტენციური მოგების სანაცვლოდ.