

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
FİNANS BİLİM DALI

TİCARİ MÜŞTERİLERİN KREDİ ÜRÜN TERCİHLERİ

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:

Engin ŞAHİN

İstanbul, 2015

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
FİNANS BİLİM DALI

TİCARİ MÜŞTERİLERİN KREDİ ÜRÜN TERCİHLERİ

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan:

Engin ŞAHİN

Öğrenci No:

120714127

Danışman:

Prof. Dr. Turgut ÖZKAN

İstanbul, 2015

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “Ticari Müşteriler Kredi Ürün Tercihleri” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım 02.02.2015



Aday; Engin ŞAHİN

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

02.02.2015

Enstitümüz *İşletme Yönetimi* Anabilim dalı *Finans* Programı yüksek lisans öğrencilerinden 120714127 numaralı **Engin ŞAHİN'in** "*Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "*Ticari Müşterilerin Kredi Ürün Tercihleri*" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 24.03.2015 tarih ve 2014/37 sayılı toplantısında seçilen ve Taksim Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin (c) bendi gereğince (45) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~oyçokluğu/oybirliği~~ ile ~~Kabul/Red veya Düzeltme~~ kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN
PROF. DR. TURGUT ÖZKAN



ÜYE
YRD.DOÇ.DR. ERKUT ALTINDAĞ



ÜYE
PROF.DR. TİĞİNCE OKTAR



Adı ve Soyadı : Engin ŞAHİN
Danışmanı : Prof. Dr. Turgut ÖZKAN
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans / 2015
Alanı : Finans
Anahtar Kelimeler : Ticari Müşteriler, Ticari Krediler, Kredi Ürün Tercihleri

ÖZ

TİCARİ MÜŞTERİLERİN KREDİ ÜRÜN TERCİHLERİ

Türkiye’ de ve Dünya’da KOBİ’lerin ve ticari firmaların büyümesi ülke ekonomisi için çok büyük önem taşımaktadır. Bu firmaların her durum ve koşulda ayakta kalabilmesi ve ekonomiye katkılarının artması için sürekli büyümeleri, yoğun rekabet ortamında başarılı olabilmeleri ve gelişebilmeleri için yeterli ve doğru finansal desteğe sahip olmaları gerekmektedir.

Bu çalışma kapsamında banka ve bankacılık kavramları, kredinin tanımı, fonksiyonları, ekonomik birimlerin fon ihtiyacının sebepleri, kredi kurumları hakkında genel tanımlayıcı bilgiler ve ticari müşterilere sunulan ticari kredi ürünleri hakkında detaylı teorik bilgiler sunulmuştur. Tez konusu hakkında ayrıntılı literatür çalışması yapılmış, bu alanda yapılan benzer çalışmalar anlatılmıştır.

Çalışmanın ampirik kısmında ticari bankalarla çalışan ve ticari kredi kullanan banka ticari müşterilerin ticari kredi ürün tercihlerini anlamak için ilişkisel tarama modeli, veri toplamada ise anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada ismi G Bankası olarak geçen Türkiye’nin önemli ve büyük bankalarından birinin İstanbul ili Avrupa yakasında yer alan 200 müşterisinin cevaplarından faydalanılmıştır.

Çalışma kapsamında bankaların firmalara sunmuş oldukları kredi ürünlerinin müşteriler tarafından algılanmalarındaki farklılıkların neler olduğu veya olabileceği, hem müşteri hem banka tarafında sorunların nasıl çözülebileceği konusunda önerilere yer verilmiştir.

Name and Surname : Engin ŞAHİN
Supervisor : Prof. Dr. Turgut ÖZKAN
Degree and Date : Master / 2015
Major : Finance
Key Words : Commercial Customers, Commercial Credits, Loan Products
Preferences

ABSTRACT

LOANS PRODUCTS PREFERENCES OF COMMERCIAL CUSTOMERS

Growth of SMEs and commercial companies in Turkey and the World are great importance for the country economy. These firms should have adequate and accurate financial support to survive in all circumstances, the continuous growth in order to increase their contribution to the economy, be achieved in intense competition environment and develop themselves.

Concepts of Bank and banking, definition, functions of credit, the causes of the economic units needs funds, general descriptive information about credit institutions and detailed theoretical knowledge about commercial loan products offered to commercial customers are presented under this study. Similar studies emerged in detailed literature studies on the subject of the thesis are described.

In empirical section of this study, relation model was used to understand the preferences of commercial loan products for customers which had been working with commercial banks and using commercial bank credits. The survey method used to collect data. It has benefited from the Responses of 200 customers of G Bank, which is name in research of located in the European side in İstanbul city and as a major of Turkey.

There were what were or could be the differences of presented perceived by customers bank loans of the results to offer the companies and some suggestions how to solve the problem in the both the customer and the bank side in content of study.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZ

ABSTRACT

TABLolar LİSTESİ ix

ŞEKİLLER LİSTESİ xii

KISALTMALAR xiii

GİRİŞ 1

1.BANKA VE BANKACILIK 4

1.1. Mevduat Bankaları (Ticari Bankalar) 5

1.2. Ticari Bankaların Önemi 6

2.KREDİ 8

2.1. Kredinin Fonksiyonları 9

2.1.1. Kısa ve Orta Vadeli Ticari Fonksiyon 10

2.1.2. Tüketim Fonksiyonu 10

2.1.3. Ekonomik Fonksiyon 11

2.2. Ekonomik Birimlere Fon İhtiyacı Yaratan Nedenler 11

2.3. Kredi Kurumları 13

2.4. Kredinin Unsurları 13

2.4.1. Zaman Unsuru 13

2.4.2. Güven Unsuru 14

2.4.3. Risk Unsuru 14

2.4.4. Gelir Unsuru 14

2.5. Ticari Kredi Ürünleri 15

2.5.1. Niteliklerine Göre Sınıflandırılması 15

2.5.2. Teminatlarına Göre Sınıflandırılması 19

2.5.3. Kullanım Amacına Göre Sınıflandırılması 21

2.5.4. Kredileri Gruplar Açısından Sınıflandırma 21

2.6. Birinci Grup Krediler (Nakdi Krediler) 24

2.6.1. Borçlu Cari Hesap Kredisi 24

2.6.2. İskonto ve İştira Kredileri.....	26
2.6.3. Emtia – Ürün ve Mal Karşılığı Kredi	26
2.6.4. Mevduat Karşılığı Kredi	27
2.6.5. Döviz Tevdiat Karşılığı Kredi	27
2.7. İhracat Kredisi	28
2.7.1. TL İhracat Kredileri.....	28
2.7.2. İhracata İlişkin Banka Kaynaklı Avans Kredileri	29
2.7.3. Sevk Öncesi İhracat Kredileri (İhracata Hazırlık Kredileri)	29
2.7.4. Akreditif Karşılığı Sevk Öncesi İhracat Kredisi	29
2.7.5. Banka Kontrgarantisi Karşılığı Sevk Öncesi İhracat Kredileri	30
2.7.6. Sevk Sonrası İhracat Kredileri.....	30
2.7.7. İhracat Vesaiki Karşılığı Kredi.....	31
2.7.8. İhracat Akreditifi Karşılığı Kredi	31
2.8. Döviz Kredileri.....	31
2.8.1. Prefinansman Kredileri.....	32
2.8.2. İthalat Kredileri	34
2.8.3. Akreditifler	34
2.9. İthalat Kredileri Çeşitleri.....	34
2.9.1. Gayri Nakdi İthalat Akreditif Kredisi.....	35
2.9.2. Vadeli Akreditif Kredisi	35
2.10. Kabul ve Aval Kredileri	35
2.10.1. Kabul	35
2.10.2. Aval	36
2.10.3. İthalat Garantisi Kredisi	36
2.10.4. Post Finansman Kredisi	36
2.11. Yabancı Kaynaklı Krediler	36
2.11.1. Türk Eximbank Kaynaklı Krediler	37
2.11.2. GSM İhracat Garanti Programı	39
2.11.3. Hermes Kredileri	39
2.11.4. İhracat Sigorta Kuruluşlarının Garantisi Kapsamında Kullanılan Krediler.....	40
2.12. Repo ve Bankanın Yatırım Fonları Karşılığı Kredi	40

2.13. Hazine Bonosu, Devlet Tahvili, Hisse Senedi İle Eurobond Karşılığı Krediler	40
2.14. Eurobond Karşılığı Krediler	41
2.15. Altın Rehini Karşılığı Kredi	41
2.16. Alacağın – İstihkakın Temlik Karşılığı Kredi	41
2.17. İpotek Karşılığı Kredi	42
2.18. Ticari İşletme Rehini Karşılığı Kredi	43
2.19. Taşınır Rehini Karşılığı Kredi	43
2.20. Banka Kontrgarantisi Karşılığı Kredi	44
2.21. Spot Döviz Endeksli Kredi	44
2.22. Gün İçi Kredi	44
2.23. Kurum Tahsilatları ve Takas Çekleri Nakit Yönetimi Kredisi	45
2.24. Taksitli Ticari Kredi	45
2.25. Gayri Nakdi Krediler	46
2.25.1. Teminat Mektubu TL / Döviz Endeksli	46
2.25.2. Teminat Mektubu (Banka Kefaleti)	47
2.26. Kredi Başvurusu (Kredi İsteğinde Bulunan Firmayla Ön Görüşme Yapılması)	47
3. TİCARİ BANKACILIK VE KREDİ MÜŞTERİLERİ	49
3.1. Ticari Bankacılık Müşterileri	49
3.1.1. Gerçek Kişiler	50
3.1.2. Tüzel Kişiler	51
4. TİCARİ KREDİ MÜŞTERİLERİN TİCARİ KREDİ ÜRÜN TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ANALİZİ	54
4.1. Literatür İncelemesi	54
4.2. Araştırmanın Amacı	66
4.3. Araştırmanın Yararı	67
4.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları	67
4.5. Araştırma İle İlgili Hipotezler	67
4.6. Araştırmanın Modeli	73
4.6.1. Anketin Oluşturulması	74
4.6.2. Örneklemenin Belirlenmesi	74

4.6.3. Alan Çalışması.....	75
4.6.4. Verilerin Analizinde İzlenen Yöntem	76
4.7. Araştırmadaki Firmaların Hakkındaki Bulgular	77
4.7.1. Firmaların Genel Özellikleri İle İlgili Bulgular.....	78
4.7.2. Kredi Kullanım Tercihlerini Gerçekleştiren Yönetici, Yöneticilerinin Demografik Yapıları İle İlgili Bulgular	83
4.7.3. Firmaların Faaliyet Alanlarına Göre Yapıları ve Merkezlerinin Bulunduğu İller İlgili Bulgular	84
4.7.4. Firmaların Ürün ve Hizmetleri Nasıl Temin Ettiği ve Dış Ticareti İle İlgili Bulgular	85
4.7.5. Firmaların Alışlarını ve Satışlarını Hangi Ödeme Yöntemi İle Gerçekleştirdikleri İle İlgili Bulgular.....	86
4.7.6. Firmaların Dış Kaynaklardan Borç Alma Amacına Yönelik Bulgular	86
4.7.7. Firmaların Dış Kaynak Gereksinim Süresi ve Yıllık Borç Miktarlarına Ait Bulgular.....	87
4.8. Firmaların Kredi Tercihleri Hakkındaki Bulgular	88
4.8.1. Firmaların Kredi Kullanımlarındaki Teminatları İle İlgili Bulgular	88
4.8.2. Firmaların Kredi Kullanım Sıklıkları Hakkındaki Bulgular	89
4.8.3. Firmaların Kredi Kullanımlarındaki Tercih Ettikleri Para Birimleri ve Kredi Türleri Hakkındaki Bulgular.....	90
4.8.4. Firmaların Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Hakkındaki Bulgular.....	90
4.8.5. Firmaların Gayri Nakdi ve Dış Kredi Ürün Tercihleri Hakkındaki Bulgular.....	91
4.8.6. Firmaların Çalıştığı Banka ve Kredi Ürünü Sayıları Hakkındaki Bulgular	92
4.8.7. Firmaların Ticari Kart Kullanımları Hakkındaki Bulgular	93
4.8.8. Firmaların Kredi Ürün Tercihlerini Etkileyen Faktörler Hakkındaki Bulgular.....	94
4.8.9. Firmaların Kredi Ürün Tercihleri Hakkındaki Bulgular	95
4.8.10. Firmaların Finansal Kurumlardaki Kredi Ürün Çeşitliliğinin Yeterliliği Hakkındaki Görüşleri	95
4.9. Anketlerin Güvenilirlik Analizi	96

4.10. Araştırmadaki Firmaların Kredi Tercihleri Hakkındaki Hipotezlerin Sonuçları	98
4.10.1. Bulundukları Sektörler İle Kullandıkları Nakdi Kredi Ürünleri Tercihlerinin Karşılaştırılması.....	98
4.10.2. Firmaların Bulundukları Sektörlerdeki Tecrübeleri İle Kredi Ürün Tercihlerinde Bankaların Önerilerine Karşı Tutumları	102
4.10.3. Firmaların Yıllık Ciro Değerleri İle Yıllık Net Karlarına Göre Farklılığı.....	103
4.10.4. Firmalarda Kredi Ürünü Tercihine Karar Veren Çalışanların Firmaların Sektörlerindeki Tecrübelerine Göre Farklılığı.....	104
4.10.5. Firmalarda Kredi Ürünü Tercihine Karar Verenlerin Firmaların	
Personel Sayılarına Göre Farklılığı.....	106
4.10.6. Firmaların Faaliyetlerini Gerçekleştirebilmek İçin Almış Olduğu Mal Hizmet Alımları, İhracatları İle Kredi Kullanımlarındaki Para Birimi Tercihleri Arasındaki İlişki.....	107
4.10.7. Firmaların Faaliyetlerini Gerçekleştirebilmek İçin Satın Almış Oldukları Mal ve Hizmetler İle İhracatları Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki.....	109
4.10.8. Firmaların Mal Ve Hizmet Alımları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki.....	111
4.10.9. Firmaların Mal Ve Hizmet Satışları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki	113
4.10.10. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredilerin Kullanım Süreleri ve Almış Olduğu Borçlarındaki Yıllık Kredi Kullanım Sıklıklarına Göre Farklılığı.....	115
4.10.11. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredi Tutarlarının Almış Olduğu Yıllık Borç Kredi Kullanım Sıklıklarına Göre Farklılığı	117
4.10.12. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredi Kullanım Sürelerinin Kredi Türlerine Göre Farklılığı.....	118
4.10.13. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredi Tutarlarının Almış Olduğu Yıllık Borç Kredi Türlerine Göre Farklılığı.....	120

4.10.14. Firmaların Teminatları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihler Arasındaki İlişki.....	121
4.10.15. Firmaların Kullandıkları Kredi Türlerinin Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı.....	122
4.10.16. Firmaların Çalıştığı Banka Sayılarının Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı.....	125
4.10.17. Firmaların Kredi Ürün Sayılarının Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı.....	126
4.10.18. Bankaların Firmalara Kredi Ürün Önermesi İle Kredi Kullanımına Karar Verenler Arasındaki İlişki.....	127
4.10.19. Firmaların Döviz Kuru Risklerini Önemsemeleri İle Firmaların Girdi ve Çıktıları Arasındaki İlişki.....	128
4.10.20. Firmaların Faiz ve Komisyon Oranlarını Önemsemeleri İle Kredi Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki.....	128
4.10.21. Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Firmaların Alışlarını Gerçekleştirdikleri Ödeme Araçları Arasındaki İlişki....	130
4.10.22. Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Satışlarını Gerçekleştirdikleri Ödeme Araçları Arasındaki İlişki Hipotezi Sonucu.....	131
4.10.23. Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki.....	132
4.10.24. Firmaların İstedikleri Kredi Ürünü Yerine Bankanın Önerdiği Kredi Ürünlerini Kullanmalarının Yıllık Borç Miktarlarına Göre Farklılığı ...	133
4.10.25. Firmaların Kendi Tercih Ettikleri Kredi Ürünlerini Kullanmalarının Yıllık Borç Miktarlarına Göre Farklılığı.....	134
5.ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	136
5.1. Analiz Bulguları.....	136
5.2. Analiz Bulgularının Değerlendirilmesi ve Öneriler.....	137
SONUÇ	147
KAYNAKÇA.....	149
EKLER	
Ek.1 Anket Formu	153

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 4.1. Firmaların Sektörel Dağılımı	79
Tablo 4.2. Firmaların Sektörlerindeki Tecrübeleri	80
Tablo 4.3. Firmaların Ortaklık Yapıları	81
Tablo 4.4. Firmaların Aktif Değerleri	82
Tablo 4.5. Firmaların Ciro ve Net Kar Değerleri	82
Tablo 4.6. Firmaların Personel Sayıları	83
Tablo 4.7. Kredi Ürün Tercihine Karar Verenler, Yaşları ve Öğrenim Düzeyleri ...	84
Tablo 4.8. Firmaların Faaliyet Alanlarına Göre Yapıları ve Merkezlerinin Bulunduğu İller	85
Tablo 4.9. Firmaların Hammadde, Yarı Mamul Vb. Stok Alımı ile İthalat ve İhracat Bilgileri	85
Tablo 4.10. Firmaların Alış ve Satışlarında Kullandıkları Ödeme Yöntemleri	86
Tablo 4.11. Firmaların Dış Kaynaklardan Borçlanma Amaçları	87
Tablo 4.12. Firmaların Dış Kaynak Gereksinim Süresi ve Yıllık Borç Miktarları ...	88
Tablo 4.13. Firmaların Kredi Kullanımına İlişkin Teminatlar	89
Tablo 4.14. Firmaların Kredi Kullanım Sıklıkları	89
Tablo 4.15. Firmaların Kredi Kullanımlarındaki Para Birimi ve Kredi Türleri Tercihleri	90
Tablo 4.16. Firmaların Nakdi Kredi Ürün Tercihleri	91
Tablo 4.17. Firmaların Gayri Nakdi ve Yabancı Kaynaklı Kredi Ürün Tercihleri ...	92
Tablo 4.18. Firmaların Çalıştığı Banka Sayıları ve Kredi Ürünü Sayıları	93
Tablo 4.19. Firmaların Ticari Kart Kullanımları	93
Tablo 4.20. Firmaların Kredi Ürün Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Dereceleri ...	94
Tablo 4.21. Firmaların Kredi Ürün Tercih Dereceleri	95
Tablo 4.22. Firmaların Finansal Kurumlardaki Kredi Ürün Çeşitliliğinin Yeterliliği Hakkındaki Görüşleri	96
Tablo 4.23. Durum İşlem Özeti ve Güvenilirlik İstatistiği	96
Tablo 4.24. Öge İstatistikleri	97

Tablo 4.25. Öge Toplam İstatistikleri	97
Tablo 4.26. Firmaların Bulundukları Sektörler İle Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişkiler	99
Tablo 4.27. Firmaların Sektörlerindeki Tecrübeleri İle Bankaların Önerdiği Kredi Ürün Tercihlerine Karşı Tutumları	102
Tablo 4.28. Firmaların Yıllık Ciro Değerlerinin Yıllık Net Kârlarına Göre Farklılığı.....	103
Tablo 4.29. Firmaların Yıllık Net Kârlarının Gruplandırılması.....	104
Tablo 4.30. Firmaların Yıllık Ciro Değerlerinin Gruplandırılması.....	104
Tablo 4.31. Firmalarda Kredi Kullanım Kararı Verenlerin Firma Sektör Tecrübelerine Göre Farklılığı	105
Tablo 4.32. Firmalarda Kredi Kullanım Kararı Verenler	105
Tablo 4.33. Firmaların Kredi Kullanım Kararını Verenlerin Firmaların Personel Sayılarına Göre Farklılığı	106
Tablo 4.34. Firmaların Faaliyetlerini Gerçekleştirebilmek İçin Satın Almış Oldukları Mal ve Hizmetler İle İhracatları Kredi Kullanımlarındaki Para Birimi Tercihleri Arasındaki İlişki.....	108
Tablo 4.35. Firmaların Kullanımlarındaki Para Birimi Tercihleri.....	108
Tablo 4.36. Firmaların Faaliyetlerini Gerçekleştirebilmek İçin Satın Almış Oldukları Mal ve Hizmetler İle İhracatları Tercih Ettikleri Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki.....	110
Tablo 4.37. Firmaların Mal ve Hizmet Alımları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki.....	112
Tablo 4.38. Firmaların Mal ve Hizmet Satışları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki.....	114
Tablo 4.39. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredilerin Kullanım Sürelerinin Almış Olduğu Borçlarındaki Yıllık Kredi Kullanım Sıklıklarına Göre Farklılığı.....	116
Tablo 4.40. Firmaların Kredi Kullanım Sıklıkları	117
Tablo 4.41. Firmaların Dış Kaynaklardan Almış Olduğu Yıllık Borç Miktarlarının Kredi Kullanım Sıklıklarına Göre Farklılığı	118
Tablo 4.42. Firmaların Yıllık Borç Miktarları	118

Tablo 4.43. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredilerin Kullanım Sürelerinin Almış Olduğu Borçlarındaki Yıllık Kredi Türlerine Göre Farklılığı....	119
Tablo 4.44. Kredi Türleri	119
Tablo 4.45. Firmaların Dış Kaynaklardan Almış Olduğu Yıllık Borç Miktarlarının Kredi Türlerine Göre Farklılığı	120
Tablo 4.46. Firmaların Teminatları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki	121
Tablo 4.47. Firmaların Kullandıkları Kredi Türlerinin Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı.....	124
Tablo 4.48. Firmaların Çalıştığı Banka Sayılarının Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı.....	125
Tablo 4.49. Firmaların Kredi Ürün Sayılarının Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı.....	126
Tablo 4.50. Bankaların Firmalara Kredi Ürün Önermesi İle Firmada Kredi Kullanımına Karar Verenler Arasındaki İlişki.....	127
Tablo 4.51. Firmaların Döviz Kur Risklerini Önemsemeleri İle Firmaların Girdi ve Çıktıları Arasındaki İlişki	128
Tablo 4.52. Firmaların Faiz ve Komisyon Önemsemeleri İle Kredi Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki.....	129
Tablo 4.53. Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Alışlarını Gerçekleştirdikleri Ödeme Araçları Arasındaki İlişki	130
Tablo 4.54. Firmaların Mevsimsel Ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Firmaların Satışlarını Gerçekleştirdikleri Ödeme Araçları Arasındaki İlişki	131
Tablo 4.55. Firmaların Mevsimsel Ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki.....	132
Tablo 4.56. Firmaların İstedikleri Kredi Ürünleri Yerine Bankanın Önerdiği Kredi Ürünlerini Kullanmalarının, Yıllık Borç Miktarlarına Göre Farklılığı	134
Tablo 4.57. Firmaların Kendi Tercih Ettikleri Kredi Ürünleri Kullanmalarının Yıllık Borç Miktarlarına Göre Farklılığı	135
Tablo 5.1. Analiz Bulguları.....	136

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 3.1. İstihkakın Temliki Karşılığı Kredilerin Kullanılabilmesi İçin Gerekenler.....	42
Şekil 5.1. Araştırmanın Modeli	74

KISALTMALAR

A.B.D.	: Amerika Birleşik Devletleri
ARGE	: Araştırma Geliştirme
BAĞ-KUR	: Esnaf, Sanatkârlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu
BCH	: Borçlu Cari Hesap
B.K.M.	: Bankacılık Kanunu Maddesi
BSMV	: Banka Sigorta Muamele Vergisi
CCC	: Commodity Credit Corporation (Emtia Kredi Kurumu)
C/H	: Cari Hesap
DAB	: Döviz Alım Belgesi
DEK	: Döviz Endeksli Krediler
df	: Degrees Of Freedom (Serbestlik Derecesi)
DSB	: Döviz Satım Belgesi
DTŞ	: Dış Ticaret Şirketleri
ECA	: Export Credit Agency (İhracat Kredi Ajansı)
EFS	: Export Financing Scheme (İhracat Finansmanı Programı)
İKB	: İslam Kalkınma Bankası
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
ITFO	: Import Trade Financing Operations (İthalat Ticaret Finansmanı İşlemleri)
KHK	: Kanun Hükmünde Kararname
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
md	: Madde
MTO	: Milletlerarası Ticaret Odası
ÖFK	: Özel Finans Kurumları
Sig	: Significant (Anlamlı)
SPSS	: Statistical Package For The Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi)

S&P 500	: Standard & Poor's 500 (Standart & Zayıfların beşyüzü)
SSK	: Sosyal Sigortalar Kurumu
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TL	: Türk Lirası
TMK	: Türk Medeni Kanunu
TTK	: Türk Ticaret Kanunu
vb.	: Ve Benzeri

GİRİŞ

Türkiye’ de ve Dünya’da KOBİ’lerin ve ticari firmaların ayakta kalması ve büyümesi ülke ekonomisi için çok büyük önem taşımaktadır. Dünya’da artık hemen hemen tüm ülkeler, sosyalist devletçi ekonomik kalkınma ve işleyiş modellerden, özel sektörü teşvik edici ekonomik modellere geçiş yapmıştır. Karma ekonomik modeller dahi artık kabul edilmeyip, kamusal hizmetler de dahil olmak üzere çoğu hizmetler artık özel sektör tarafından verilmektedir. Özel sektörde yer alan firmaların kamudaki kurumlar gibi ekonomik anlamda sıkıştıklarında ya da yeni projeler geliştirmek istediklerinde hazineden destek alma gibi imkânları olmadığından dolayı dış kaynak arayışı büyük önem arz etmektedir. Bu tür durumlarda işletmelerin karşısına genellikle iki seçenek çıkmaktadır. Bunlardan biri yeni ortak dahil etmek ya da dışardan ihtiyaçlarını karşılamak için borç edinmektedir. Ortak dahil ederek ya da işletmenin anonim şirket ya da yasal mevzuatlara uygun yapısı varsa halka arz gerçekleştirerek, finansal kaynağa sahip olmak, firmalar içerisinde kâra ortak ve yönetimde söz hakkının başkalarına da verilebilmesi gibi sonuçlar doğurabileceğinden firmalar tarafından uygun bulunmayabilmektedir. Bu çalışma da kendilerine bu şekilde finansal kaynak yaratmayı kabul etmeyen, dışarıdan borçlanan ya da borçlanmayı düşünen firmaların özellikleri ve tercih yapıları incelenmiştir.

Firmaların dış kaynaklardan borçlanmada en sık başvurdukları finansal seçenek banka kredileridir. Türkiye Bankalar Birliği’nden alınan veriler ışığında, 1959 yılından günümüze 14 kamu, 20 özel sermayeli, 5 yabancı ve 12 mahalli olan banka sayısı yabancı bankalar lehine büyük değişim göstermiştir. 2013 yılı itibari ile 3 kamu, 11 özel sermayeli, 17 yabancı sermayeli banka sayısı bulunmaktadır. 80’li yıllar yabancı sermayeli bankaların sayısının artmaya ve Türkiye’nin serbest piyasa ekonomisine geçişinin başladığı yıllardır. Serbest piyasa ekonomisi ile beraber irili ufaklı firmaların sayıları artmış, firmaların kendilerini büyütmek ve projelerini geliştirmek için kaynak ihtiyaçları yoğunlaşmaya başlamıştır. Bu esnada ise kamu bankalarının serbest piyasadaki rekabet ile beraber sayılarının azaldığı, özel sermayeli bankaların arttığı gözlemlenmiştir. Bu yıllarda bankaların firmalardan gelen talepleri firmanın sadece mali verilerini inceleyerek, geleneksel finansal analiz teknikleri ile karar verdiği yıllardır. Bu nedenledir ki bu yıllarda banka başarısızlıkları ön plana

çıkıştır. Günümüzde ise yoğun rekabet içerisindeki bankalar kredilerini değerlendirirken artık kredi talebindeki müşterilerin bulundukları sektörün durumu, genel konjonktürel ekonomik durumu, müşterileri ile aralarındaki ilişkileri ve moralitelerini dikkate almaya başlamıştır. Bankalar yoğun rekabet içerisinde müşterileri kendilerine nasıl çekebilirim, diğer bankalardan nasıl farklı ve müşteriye kendisine cazibeden bir finansal enstrüman yaratırım sorularına çözüm bulma arayışındalardır.

Firmalar tarafında ise şahıs firması ya da daha küçük ölçekle ticaret hayatına başlayan özel sektör firmalarından KOBİ, ticari ve kurumsal banka müşterileri oluşmaya başlamıştır. Önceleri şirket sahiplerinin, ortaklarının firmaların finansal idare yapılarının tamamını kendi başlarına yerine getirmelerinden, finans alanında karar verme mekanizmalarındaki ağırlıklarından, yönetim kurullarına, genel müdürlere ve finansman müdürlerine geçişleri görülmüştür. Firmaların bankalar arasında artan rekabetin farkına vardıkları, bu rekabet ortamında kendilerine nasıl fayda sağlayabilecekleri konusunda çaba sarf ettikleri dönemler yaşanılmaktadır. Özellikle kredilerin faiz oranı ve komisyon oranları için bankaları kendi aralarında nasıl firma için cazip oran verilebilir aşamasında yarıştırdıkları normal sıradan karşılanabilir olmuştur. Şahıs firmaları gibi küçük ölçekli firmalar dahi, toplumun zamanla değer yapılarının değişmesi ile beraber eş, dost, ahabından borç alma durumunun söz konusu olamayacağı bir yapının egemen olması, sıkıştıklarında ya da geleceğe yönelik planlarında bankalarda kredibilitesinin olmasına çok özen göstermektedir. Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek adına diğer ticari kurumlarla yaptığı en ufak ticaret dahi artık bankaların firmalara sundukları ticari kartlar, doğrudan tahsilat sistemi gibi bankaların firmalara sunmuş olduğu kredi limitleri kullanılarak yapılmaktadır.

Bu tez kapsamında, yapılan ilgili anket, ülkemizin ticaretinin kalbini oluşturan İstanbul İli'nde ve yine İstanbul İli'nin de ticaretinin en merkezi konumlarından olan, Şişli İlçesi'nde yer alan G. Bankası'nın ilgili şube müşterileri faydalanılmış olması, Türkiye'de ticari müşterilere sahip bankaları ve çalışanları için, nasıl daha başarılı olunur, konusunda fikir üretmelerine faydalı olacaktır. Tez

kapsamında hemen hemen tüm sektörlerden ve hacimden banka kredi müşterilerinin tercihlerinden bilgi edinilmiştir.

Yapılan çalışma ile ilgili 25 adet hipotez kurulmuş olup, hipotezlerin sonuçları, değerlendirmesi ve akabinde yapılan önerilere yer verilmiştir.

1. BANKA VE BANKACILIK

Faizle para alınıp verilebilen, kredi, iskonto, kambiyo işlemleri yapan, kasalarında para, değerli, belge, eşya saklayan ve bunun dışındaki diğer ekonomik etkinliklerde bulunan kuruluşlara banka denir. Banka olarak adlandırılan kurumların işlem ve/veya faaliyetleri bankacılıktır. Bankaların üstlendikleri fonksiyonlar, hem ulusal, hem de uluslararası düzeyde para ve para ile ifade edilen değerlerin alımını, satımını, değişimini, transferini ve plasmanını kapsamaktadır.

İngilizcedeki karşılığı “Bank olan “Banka” kelimesi, İtalyancada “Masa, Tezgah” anlamına gelen “Banca” kelimesinden türeyerek Türkçeye ve diğer ulusların dillerine küçük değişikliklerle yerleşmiştir. İtalya’da önlerine bir masa koyarak para ticareti yapan şahıslara 12. Yüzyılda “Banchiero (Banker)” adı verilmiştir. (Vurucu ve Arı 2014, 19)

Banka ve bankacılığın tanımları bankacılığı ilgilendiren yasal düzenlemelerde dahi tam olarak yapılmamışsa da, Bankacılık Kanununda “Banka” tanımına “Mevduat bankaları, Katılım Bankaları, Kalkınma ve Yatırım Bankaları” olarak kısaca yer verilmiştir. (B.K.M. 5411 Sayılı 3.Maddesi 2005)

Bankacılığın, tam ve her türlü bankacılık faaliyetlerini içeren bir tanımını yapmak, zor ve yetersiz olabilir. Çeşitli ülke bankalarındaki yapısal farklılıklar, faaliyet sahalarının genişliği ve çeşitliliği, faaliyet sahalarında ortaya çıkan değişiklikler, sektörün kendi içerisinde değişim geçirmesi, içerisinde bankacılık faaliyetlerinin farklı görünüm alması ve karmaşık bir yapıya bürünmesi herkesçe anlaşılabilen bir tanımının olmasını zorlaştırmaktadır. Değişmekte olan ekonomi, finans ve teknolojik koşullara uyum sağlaması için bankacılığın da sürekli ve hızlı değişim göstermesi gerekmektedir. Bununla beraber, bankacılığın her dönem, zaman için değişmeyen görevi fon fazlası olanlardan, fon açığı olanlara doğru kısa ve uzun vadeli fon aktarımıdır. (Vurucu ve Arı 2014, 19)

Ekonomik hayatta, gereksinimlerini giderdikten sonra elinde fon fazlasına sahip olan veya gelecekteki bir ihtiyacı için fon birikiminde bulunan ile ekonomik ve ticari girişimde bulunmak için fon arayan iki taraf vardır. İlki, fon fazlasına sahip

olan fon birikimlerini güvenli bir şekilde kullanarak, birikimlerinden gelir elde etmek ister. Diğer ticari, tarımsal veya sınai faaliyet gerçekleştirebilmek için borç fon arar.

Fon arayanlarla, fon fazlası olanlar arasına banka devreye girerek iki tarafın ihtiyaçlarını sağlamaya vesile olur. Fon fazlası olandan aldıkları daha düşük faizli fonları fon ihtiyacı olanlara daha yüksek faizden satarak, kredi vererek bu işlemi gerçekleştirir. Bu nedenle halk arasında banka, para ticareti olarak anımsanır. (Vurucu ve Arı 2014, 19)

1.1. Mevduat Bankaları (Ticari Bankalar)

5411 nolu bankacılık kanuna göre kendi nam ve hesabına mevduat kabul etmek ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye’deki şubeleri mevduat bankası olarak adlandırılmaktadır.

Mevduat bankaları dolaylı fon transferi sürecinin asli unsuru olan finansal araçların en önemlilerinden birisidir. Hemen her ülkede mevduat bankaları bankacılık sisteminin ağırlık olarak hâkimi konumundadır. Ama hiç kuşkusuz mevduat bankaları mevduat toplayan kuruluşların en önemlisidir. Mevduat bankaları topladıkları mevduatlardan çeşitli krediler verir; para ve sermaye piyasası faaliyetlerinde bulunur. Finansal danışmanlık, servet yönetimi, dış ticaret işlemlerini aracılık ve benzeri hizmetleri yerine getirirler. Ancak ticari bankacılık faaliyetlerinin en eski ve asli unsuru topladığı mevduatlarla kredi vermektir. (Vurucu ve Arı 2014, 49)

Günümüzde ticari bankalar modern toplumların en önemli parasal kurumlarını oluşturmaktadır. Ticari bankalar, mevduat bankaları olarak da bilinmekte olup, topladığı mevduatları kredi vererek paradan para kazanan kurumlardır. Ticari bankalar, bireylerden vadeli veya vadesiz mevduat toplamakta, kendi pasiflerini ihraç ederek ödünç almakta ve fonlarını başkalarına ait pasiflere

yatırarak kazanç elde etmektedir. Günümüzde para arzının önemli bir kısmı ticari bankalar tarafından üretilmektedir. (Öztürk 2011, 105-106)

1.2. Ticari Bankaların Önemi

Günümüzde ülkelerin para sistemini düzenleyen temel öğeler gelişmiş ülkelerde Merkez Bankası, ticari bankalar ve devlet olarak sıralanmaktadır. Özellikle ülkenin bulunduğu ekonomik duruma göre, özellikle de enflasyon ve kriz dönemlerinde ticari bankaların piyasaya sunacakları daraltıcı ve genişletici kredi politikaları ülkenin ekonomik yapısına çok kritik etkileri bulunmaktadır. Ticari bankalar diğer firmalar gibi öncelikle kâr amacı güden kurumlardır. Bu nedenle diğer işletmelere benzerler. Sermaye piyasası gelişmiş ülkelerde kişi ve kurumların paralarını yatıracakları pek çok seçenek vardır. Bunların çoğu banka adı altında (ticari bankalar, tasarruf bankaları, yatırım bankaları vb.) yatırılmaktadır. Mevduat toplaması ticari bankaları diğer banka ve işletmelerden ayıran en önemli özelliklerin başında gelmektedir.

“Ticari banka terimi on dokuzuncu yüzyılda İngiltere’de ortaya atılmıştır. O dönemde ticari bankaların en önemli özelliği, topladıkları paraları kısa vadeli ticari kredilerin yanı sıra, her alanda orta ve uzun vadeli krediler de vermektedir. Bu nedenle vadesiz mevduat kabul eden ve çek hizmeti veren tüm bankaları “ticari banka” terimi altında toplamak mümkündür. Özellikle on dokuzuncu yüzyılda hızla gelişen ticaret hayatı bankacılık alanında da etkisini göstermiş, çok güçlü ticari bankaların ortaya çıkmasına ve uluslararası nitelik kazanmasına yol açmıştır. Günümüzde gelişmiş ülkelerin çoğunun banka sistemlerine az sayıda ticari banka egemen olmuştur. Söz gelişi, A.B.D.’de üç banka, Almanya’da “dört D” olarak anılan dört banka, İngiltere’de “beş büyükler”, İtalya’da dört büyük mevduat bankası, bankacılıktaki yoğunlaşmaya örnek olarak verilebilir. Bankacılık alanında görülen aşırı rekabet ortamı ticari bankaların yaşamak için gelişmelerini zorunlu kılmıştır. Bu zorunluluk sermaye yetersizliği nedeniyle teknolojiye ayak uyduramayan küçük bankaların etkinliğinin azalmasına yol açmıştır. Böylece hemen hemen bütün dünyada, çok sayıda ve birbirinden bağımsız olarak faaliyete başlayan

ticari bankalar, giderek bu özelliklerini yitirmiş, genelde yerini az sayıda büyük banka işletmelerine ve holdinglerine bırakmıştır.” (Geylan 1985, 17)

2. KREDİ

Tüzel ya da gerçek kişiye belli bir süre sonra geri almak kaydıyla satın alma gücü sağlanması veya bu gücün devredilmesi kredinin tanımıdır. Bu tanım nakdi kredi tanımıdır. Bankalar bir tüzel ya da gerçek kişi lehine garanti ve kefalet vererek de kredilendirme yapabilirler buna da gayri nakdi kredi denilmektedir.

Latince’ de inanma, güven anlamına gelen kredi “credere” sözcüğünden gelmekte, saygınlık ve itibarı ifade etmektedir. (Aras 1996, 3) Kredi genel olarak; “belirli bir süre sonra ödeme vaadi ile; mal, hizmet ve para cinsinden satın alma gücünün sağlanması veya, var olan satın alma gücünün belirli bir zaman sonra geri alınmak üzere başka bir kimseye devredilmesi şeklinde tanımlanabilir. (Usta 1992, 1)

Krediyi bir başka şekilde; “ taraflardan birinin diğer tarafa fonlarını karşılık isteyerek ya da istemeyerek kiralamayı kabul ettiği bir işlem” olarak tanımlamak olanaklıdır. (Aras 1996, 3)

Türkiye’de faaliyet gösteren bankalar, 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu’na göre hareket etmek zorundadırlar.

5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun 48. Maddesinde kredi, “Bankalarca verilen nakdi krediler ile teminat mektupları, kontrgarantiler, kefaletler, aval, ciro, kabul gibi gayri nakdi krediler ve bu niteliği haiz taahhütler, satın alınan tahvil ve benzeri sermaye piyasası araçları, tevdiatta bulunmak suretiyle ya da herhangi bir şekil ve surette verilen ödünçler, varlıkların vadeli satışından doğan alacaklar, vadesi geçmiş nakdi krediler, tahakkuk etmekte birlikte tahsil edilmemiş faizler, gayri nakdi kredilerin nakde tahvil olan bedelleri, ters repo işlemlerinden alacaklar, vadeli işlem ve opsiyon sözleşmeleri ile benzeri diğer sözleşmeler nedeniyle üstlenilen riskler, ortaklık payları ve Kurulca kredi olarak kabul edilen işlemler izlendikleri hesaba bakılmaksızın bu Kanun uygulamasında kredi sayılır” şeklinde açıklanmaktadır. (Garanti Bankası 2014, 2)

Nakit krediler bankayı kredi lehdarına karşı hemen alacaklı durumuna getirmesine karşın, gayri nakit krediler, yani fonlama için çıkış gerektirmeyen (akreditif, teminat mektubu vb.) ise belirli bir süre sonra bankayı alacaklı duruma getirebilmektedir. Risk açısından nakit ve gayri nakit kredilerin bu açıdan farkı bulunmamaktadır. Her ikisi için de banka, kredi lehdarının vadesinde borcunu ödememe ya da zamanında yükümlülüğünü yerine getirmeme riskini üstlenmiş olur. Banka, krediyi kullananın anlaşmayı yerine getirmeme olasılığının durumuna göre değişebilecek bir riskle karşı karşıyadır.

2.1. Kredinin Fonksiyonları

Kredi, bankaların kaynaklarını faiz ve komisyon vb. ücretler karşılığında ve daha sonra geri almak üzere geçici olarak fon ihtiyacı olan girişimcilere kullandırmasıdır.

Bankanın bir kişiye ya da kuruma kredi vermesi kredi kullananların hem ekonomik olarak genişlemelerini sağlar, hem de itibarlarını da artırmaktadır. Bankalar doğal olarak, kredi verirken her borç veren gerçek ya da tüzel kişi gibi borcu alanın güvenilir olmasını ve verdiği kredinin geri dönmesini temel kriterler olarak görürler.

“Bu arada verilen kredinin veriminin yüksel olmasına da dikkat edilir. Banka kredileri ekonomik faaliyet seviyelerini iki şekilde etkiledikleri için ekonomik sistem içerisinde önemli bir yer tutar. Birincisi, banka kredilerinin genişlemesi ile ulusal para arzının değişmesi, ikincisi; banka kredileri ile desteklenen ekonomik faaliyetler, neyin ne kadar, nerede ve nasıl üretileceğini etkilemesidir. Krediler, vadelerine göre kısa; orta ve uzun, kullandıkları sektörler göre: ticari, tarım, endüstriyel, ihracat, konut, kullanan kişilere göre; özel ve kamu, veriliş yerlerine göre, tüketim, üretim, teminatlarına göre; teminatl, teminatsız niteliğine göre; nakdi, gayri nakdi, izin açısından; şube yetkili ve otorize, kaynaklarına göre; banka kaynaklı, dış kaynaklı ve reeskont kredileri olmak üzere çeşitli şekillerde ayırıma tabi tutulabilir. Krediler için

yapılan ayırım hangi kriterlere göre yapılırsa yapılsın temelde bütün krediler aynı fonksiyon icra ederler. Bu fonksiyonlar,

- Kısa ve orta vadeli ticari fonksiyon,
- Tüketim fonksiyonu,
- Ekonomik fonksiyondur.” (Altan 2001, 137)

2.1.1. Kısa ve Orta Vadeli Ticari Fonksiyon

İşletmeler yeni yatırımlar yapmak için sermayelerini borç ve öz kaynak olarak iki şekilde sağlarlar. Öz kaynak ile finansman (yani hisse senedi ihracı) her zaman kolay olmayacağından, işletmenin uzun vadeli yatırımlarını finanse etmek için kredi kullanması, ortakların hisse başına kârını yükseltici etkisi olabilir. Diğer taraftan krediler, işletmelerin ihtiyaç duydukları çalışma sermayesinin finansmanı için kullanılarak (özellikle stokların finansmanı) işletmenin kısa dönemde ticari işlemlerin yürütülmesine katkı sağlar.

2.1.2. Tüketim Fonksiyonu

Ekonomik durgunluk dönemlerinde mali durumu sarsılabilecek birçok işletme, bankalar tarafından tüketicilere aktarılan, mal ve hizmet alımına katkı sağlayan krediler neticesinde ayakta kalabilmekte, bankalar da ticari kredilerdeki durgunluğun olumsuz etkilerinden korunabilmektedirler. Uygulamada aile bireylerin değişik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik harcama yapma imkânı sağlayan ve tüketici kredileri olarak tanımlanan bu tür krediler, talebi arttırarak yatırım ve istihdamın gelişmesine de katkı sağlayabilmektedir. Ülkemizde tüketici kredilerine ilişkin ilk yasal düzenleme, 1990 yılında çıkarılan Ödünç Para Verme İşleri Hakkında 90 Sayılı KHK’ nin hükümlerinde değişiklik yapan 545 Sayılı KHK ile yapılmıştır. Buna dayanarak 26.07.1994 tarih ve 22002 sayılı Resmi Gazete’ de, Hazine müsteşarlığı bu alanda çalışacak finansman şirketlerinin kuruluş ve çalışma esaslarına ilişkin yönetmeliği çıkarmıştır. Daha sonra ise 23.2.1995 Tarihi’nde kabul edilen 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ile tüketici kredileri yasal bir çerçeveye oturtulmuştur.

2.1.3. Ekonomik Fonksiyon

Ekonomik hayatın ögeleri olan bireylerin satın alma güçleri, krediler neticesinde yükselerek, ekonominin canlanmasına, yatırımların ve istihdamın artmasına imkân sağlar. Ancak diğer taraftan kredi, insanlar için sonucu felaket olabilecek tehlikeli bir servet niteliğindedir. Bu nedenle kredi işlemleri bir otoritenin kontrolü altında gerçekleştirilmelidir. Zira krediler kontrol edilemez ise enflasyonun hızla yükselmesine ve depresyonun başlamasına imkân sağlamış olur. Enflasyonist baskıların yüksek olduğu dönemlerde bankacılık sistemi kredi genişlemesini durdurarak enflasyonun kontrol altına alınmasına katkı sağlarken, ekonomide resesyon dönemlerinde kredi işlemlerini daha kolaylaştırarak ve kredileri adil bir şekilde bölüştürerek ekonominin canlanmasına katkı sağlayabilir. Kredinin ekonomi alanındaki diğer bir işlevi ise dolaşım aracı hizmeti görerek ticari işlemlerin daha güvenli ve hızla bir şekilde yürütülmesine katkı sağlamasıdır. (Altan 2001, 138)

2.2. Ekonomik Birimlere Fon İhtiyacı Yaratan Nedenler

Gerçek kişilerin sahip olmak istedikleri gayrimenkul, araç, dayanıklı tüketim eşyaları vb. ihtiyaçları için kendi tasarrufları yeterli olmadığında, işletmeler de faaliyetlerinin finansmanı için yeterli fon kaynağına sahip olmadıklarında fon ihtiyacı duyarlar. Devletler ise ülkenin ekonomik büyümesi için reel yatırımların yapılmasında belirleyici rolde olmalarında ya da sosyal devlet ilkesi gereği, kâr amacı gütmeksizin kamu harcamaları gerçekleştirmek istediklerinde fona ihtiyacı duymaktadırlar.

Ticaretin dönemsel hareketleri ve sürekli tekrarlanan tepe ve düşey noktaları bilinmektedir. Konjonktürün yükselme dönemlerinde çok sık geleceğe dönük, yani modern günün koşullarına uygun bankacılık işlemlerine talep artar. Buna karşılık, gerileme dönemlerinde geleceğe yönelmiş bankacılar önemini kaybetmekte ve klasikler ön plana çıkmaktadır. Uzun yıllar boyunca başarısını ispatlamış mevcut kredi araçları ve yönetim metotlarının dikkatlice incelenmesi, bu metotların günümüzün endüstriyel ve mali yaşamına uygunluğunun ve bunların beklenen nitelikte olup olmadıklarının belirlenmesi gerekmektedir. Ayrıca bankaların modern

iş dünyasının gereklerinden tamamen haberdar olması, yeni gelişmeleri dar bir çerçevede görmemesi de kaçınılmazdır. (Aras 1996, 6)

Ticari bankalar son yıllarda başarılı kredi kullandırma yöntemleri geliştirilmiş ve farklı koşullarda, farklı amaçlarla firmalara uygun kredi çeşitlerini başarılı bir şekilde sunmuşlardır. Hemen her iş kolundan firmalar zaman zaman kredi kullanırlar. Hatta büyük kamu kuruluşlarının da banka kredisiyle finansman sağlama yoluna gittikleri sıkça görülmektedir. (Hempel, Coleman ve Simonson 1990, 69)

Herhangi bir ekonomik birimin faaliyet döngüsü gözden geçirildiğinde, birimin temel hedefi ticari faaliyetlerini sürdürmek (hayatta kalmak), büyümek ve karlılığını artırmaktır.

Krediye, fon ihtiyacına neden ihtiyaç olduğunu iyi bir şekilde anlamak için fon ihtiyacı olan tarafın faaliyetlerini tanımak ve takip etmek gerekmektedir.

Aşağıda genelde karşılaşılan kredi kullanım amaçları sıralanmıştır:

- İşletme Sermayesi olarak faaliyetlerini finanse etmek
 - Stoklarını finanse etmek,
 - Alacaklarını finanse etmek,
 - Vadesi gelen başka bir borcunu ödemek
- Yatırımını finanse etmek
- Gerçek kişilerde bireysel ihtiyaçların finansmanı

Bu amaçlar için öz kaynakların yanı sıra yabancı kaynakların da kullanılmasının yine ekonomik bir nedeni vardır. Firmaların kullandıkları yabancı kaynakların, firmanın faaliyetleri üzerinde çarpan etkisi bulunmaktadır. Kar edilen bir faaliyet için öz kaynakların yanı sıra yabancı kaynaklarla da (Banka kredisi) finansman sağlanarak faaliyetinden elde ettiği karı artıracaktır. Ancak bunun tam tersi durumda da, eğer firma krediyi hâlihazırda zarar ettiği bir işlem için kullanmaktaysa, kredinin maliyeti nedeniyle (banka kredileri) her zaman için öz

kaynaklardan daha pahalıdır. Firmanın karşı karşıya kalacağı zarar yabancı kaynak kullanırken daha da artacaktır. (Garanti Bankası 2014, 8-9)

2.3. Kredi Kurumları

Kredi kurumları denince, Türkiye’ de öncelikle bankalar anlaşılır. Fakat bizde de banka dışında yeni bazı kredi kurumları oluşmuştur. (Uludağ ve Arıcan 1999, 121)

Örneğin faktöring, leasing, özel finans kurumları, sermaye piyasası aracı kurumları ve “Finansman Şirketleri” vb. gibi. (Ataman 1999, 17)

“Finansman şirketleri” (ya da tüketici kredi şirketleri) mal ve hizmet alımını kredilendirmek üzere ödünç para veren şirketlerdir. (Uludağ ve Arıcan 1999, 317)

Bunlar çoğu kez belirli sanayi üreticisi olan holdinglere bağlıdır. ÖFK (Özel finans kurumları) da; 1980’lerin başlarında sisteme yeni giren, ancak işlemlerin bankalar gibi mevduat toplama ve kredilendirme olarak nitelendirmeyen, fakat aynı işlevleri olan kurumlardır. Bu nitelendirme farkı, kuruluşların dinlerin hoş görmediği faiz kurumuna kullanmadıklarını vurgulamak istemediklerinden dolayıdır. (Yüksel, Yüksel ve Yüksel 1997, 30)

2.4. Kredinin Unsurları

Kredinin tanımında dört temel unsur yer almaktadır. Söz konusu unsurlar; zaman, güven, risk ve gelir olarak sıralanabilir. (Gülmüş ve Çiftçi 1991, 1)

2.4.1. Zaman Unsuru

Bankalar tarafından ödünç verilen paranın ya da sunulan itibarın belirli bir süre sonra iade edilmesi gereklidir. Bu nedenle kredi de zaman çok önemlidir. Tanınan vadenin uzunluğuna bağlı olarak risk değişmekte ve vade uzadıkça geleceğin belirsizliği nedeniyle risk de artmaktadır.

2.4.2. Güven Unsuru

Nakit, mal, teminat ve kefalet biçiminde veya herhangi bir şekilde verilen kredi belirli bir süre sonunda geri alınmak koşullu taşıdığından bu ilişkide güvenin bulunması gereklidir. Kredi alan kişi veya kurumun banka nezdinde bir saygınlığı olmalı ve güvenilebilir olmalıdır. Çünkü “güven” kredinin en temel unsurudur.

2.4.3. Risk Unsuru

Bankacılıkta risk (Sinkey 1992, 390-391), ödünç verilen paranın tahsiline ve verilen garantiye konu taahhüdün yerine getirilmesine kadar ortaya çıkması olası tehlikelerin toplamıdır. Bu çoğunlukla kredinin zamanında ve eksiksiz geri ödenmemesi, kredi sözleşmesinde belirtilen koşulların yerine getirilmemesi şeklinde oluşmaktadır. Bankacılığın riskli faaliyetleri içermesi nedeniyle risk yönetimine özel önem verilmesi gerekir. Krediler de riski oluşturan en önemli kalemdir.

2.4.4. Gelir Unsuru

Bankalar var olan fonları ve çeşitli şekillerde elde ettikleri kaynakları ile faiz, komisyon ve benzeri gelirler sağlamak zorundadırlar. Bankalar açısından bu gerekliliğin temel nedenleri;

- Varlıklarını devam ettirebilmek ve geliştirmek,
- Topladıkları mevduat nedeniyle mevduat sahiplerine karşı olan sorumluluklarını yerine getirebilmek,
- Banka ortaklarına kâr sağlamaktır.

Krediler, bankanın en önemli gelir sağlayan varlık kalemidir. Kredinin geliri faiz ve/veya komisyondan oluşmaktadır. Faiz; parasının alternatif gelirinden yararlanamayan alacaklı bankanın bunun karşılığı olarak daha önceden belirlenmiş olan tutar ve süreye bağlı olarak borçlanılan paranın yüzdesi olarak ifade edilen bir çeşit teminat niteliğindedir. (Yüksel, Yüksel ve Yüksel 1997, 298)

Komisyon ise, kredi başvurusunun alınması ile başlayan, kredi verenin kredi açılış işlemleri için girişimlerinin neticesinde oluşan masrafların, üstlenmiş olduğu zarar ya da riskin karşılığını oluşturmakta ya da kredi alıcısına tanınan özel fiyatlama, indirimler için alınan ücrettir.

2.5. Ticari Kredi Ürünleri

En geniş tanımı ile ticari kredi, ticari nitelik taşıyan bir gerçek veya tüzel kişiye, bilançosunun aktif kısmında yer alan işletme sermayesi ve/veya sabit sermaye yatırımlarının finansman amacı ile açtığı ve kullandığı nakit veya nakit dışı kredi türlerini ifade etmektedir. (Vurucu ve Arı 2014, 457)

“Geleneksel olarak, ticari bankaların müşterilerine geçici bir destek sağlamak için sadece kendi kendini likidite eden kredilerin sundukları varsayılmıştır. Hatta ticari bankaların ilk dönemlerinde bu geleneğin realiteden daha çok ideal olarak kalması mümkün olmuştur. Bugün ise uygulamada krediler sadece kısa vadeli, kendi kendini likidite eden ticari kredilerden oluşmamaktadır.” (Aras 1996, 7) Müşterileri ihtiyaçlarına yönelik bankalar ve kredi kuruluşları tarafından farklı vadelerde ve değişik amaçlar için pek çok kredi türü ortaya çıkarılmış ve kullanılmaktadır.

Kredileri sınıflandırırsak,

2.5.1. Niteliklerine Göre Sınıflandırılması

- Nakit krediler: Kredi müşterilerine nakit olarak verilebilecek krediler toplamıdır. İşletmenin çalışma sermayesi finansmanını temin etmeye yönelik kredilerdir. Nakdi kredi karşılığında banka; müşterisinden faiz ve kredinin türüne göre faiz + komisyon alır. Bankacılık dilinde nakdi kredilere plasman adı verilir. (Seval 1990, 242)

Uygulamada istatistiki veri toplama ve T.C. Merkez Bankası Kredi ve Risk Karma Cetvelleri bakımından nakdi krediler, teminatlarına göre üç grupta toplanır.

- Açık ve tek imzalı nakdi krediler;
 - Açık krediler
 - Tek imzalı iskontolar
 - Tek imzalı iştiralar
 - Firma iştiraları
- İmza mukabili (çift imzalı) nakdi kredi;
 - Kefalet mukabili krediler
 - Senet mukabili krediler
 - Çift imzalı iskontolar
 - Çift imzalı iştiralar
- Maddi teminatlı nakdi krediler;
 - İskonto ve iştiralar
 - Vesaik karşılığı krediler
 - Emtia karşılığı krediler
 - Hisse senedi ve tahvil teminatlı krediler
 - Altın veya döviz teminatlı krediler
 - Diğer değişik teminat karşılığı krediler
 - Akreditif kredileri

Bankalarda değişen ekonomik çevre nedeni ile uygulamada birçok maddi teminatlı kredi çeşidi uygulamaya konulmuş ve halen konulmaya devam etmektedir. Bankalarda kullanılmakta olan maddi teminatlı kredi çeşitleri aşağıda sıralanmıştır.

- İskonto kredileri
- İştira kredileri
- Senet karşılığı avans kredileri
- Döviz endeksli krediler
- Spot krediler

- Nakit, mevduat, repo karşılığı
- Banka kontrgarantisi karşılığı
- Alacağın temliki karşılığı
- Altın rehini karşılığı
- Yeni Türk Lirası mevduat karşılığı kredi
- Döviz tevdiat karşılığı kredi
- İhracat kredisi
- İthalat kredisi
- Hazine Bonosu, Devlet Tahvili, Hisse Senedi ile Eurobond karşılığı krediler
- Repo ve bankanın yatırım fonları karşılığı kredi
- İpotek karşılığı kredi
- Ticari işletme rehini karşılığı kredi
- Taşıt rehini karşılığı kredi
- Banka kontrgarantisi karşılığı kredi
- Spot dövizde endeksli kredi
- Gün içi kredi
- Kurum tahsilatları ve takas çekleri nakit yönetim kredisi
- Orta ve uzun vadeli krediler
- Diğer nakdi krediler

Maddi Teminatlı Nakdi Dış Kredileri aşağıda belirtildiği gibi üç bölüme ayırabiliriz.

- İhracat kredileri
- Döviz kredisi
- Diğer nakdi dış krediler
- Gayri nakdi krediler: Gayri nakdi kredi, ödünç olarak banka itibarının (saygınlığının) verilmesidir. Alınan bir borcun geri ödenmemesi veya taahhüt edilen bir işin zamanında ve noksansız olarak yapılması

konusunda banka garanti verir. Banka, borç ödenmez veya iş yapılmazsa, alacaklının veya işi yaptıranın uğradığı zararı karşılamakla yükümlüdür.

Teminat mektupları, harici garantiler, kabul aval kredisi, ithalat akreditifleri, olarak dört grupta incelenecektir.

- Teminat Mektupları
- Harici Garantiler
- Kabul – Aval kredisi
- İthalat Akreditifleri

Vadelerine Göre Sınıflandırılma:

- Kısa vadeli krediler: Vadeleri 12 aya kadar (dahil) olan kredilerdir.
- Orta vadeli krediler: Vadeleri 1 yıl ile 5 yıl arasında olan kredilerdir.
- Uzun vadeli krediler: Vadeleri 5 yıldan fazla olan kredilerdir. (Şakar 2013, 50-52)

Kısa vadeli krediler bir yıl veya daha kısa süreler için kullandırılan ve kendi kendini likide eden kredilerdir. Kısa vadeli krediler işletmelerin kısa vadeli fon gereksinmelerinin karşılanmasında, özellikle çalışma sermayesi ihtiyacının finansmanında kullanılmaktadır. Maliyetinin düşük olması ve riskin uzun vadeli kredilere göre daha az olması nedeniyle uygulamada daha fazla yer aldığı gözlenmektedir. (Aras 1996, 8-9)

Borçlu cari hesap şeklinde çalışan ve aylık veya üçer aylık hesap kesimi uygulamasına tabi tutulan bireysel ve ticari nitelikli rotatif krediler, konut ve otomobil finansmanı dahil olmak üzere 1 yıldan kısa süreli açılan ve kullandırılan tüketici finansmanı kredileri, ticari müşterilere açılan ve kullandırılan spot krediler

ile 1 yıldan kısa vadeli taksitli ticari krediler, ihracatın finansmanında kullanılan banka veya TCMB/Eximbank kaynaklı sevk öncesi ve sevk sonrası ihracat kredileri, bu grupta yer alan kredi ürünlerindendir. (Vurucu ve Arı 2014, 341)

Türk Bankacılık Sisteminde 2-5 yıl süreli krediler orta vadeli 5 yılın üzerinde krediler ise uzun vadeli krediler olarak tanımlanmaktadır.

Orta ve uzun vadeli kredilerin yöneldiği alanlar şunlardır:

Sanayi, gayrimenkul arsası, inşası, firma satın alınması, firma ortaklıkları, madencilik, gemi inşası, gemi inşa tesisleri, turizm, dışarıdan uçak ve gemi alımı, tarım.

2.5.2. Teminatlarına Göre Sınıflandırması

Teminatlarına göre; teminatsız krediler (açık krediler), teminatsız (güvenceli) krediler, kefalet karşılığı krediler (şahsi teminatlı krediler) ve maddi teminatlı krediler olmak üzere 4 gruba ayrılmaktadır.

- Teminatsız Krediler: (Açık Krediler);

Açık kredi, sadece müşterisinin imzası karşılığında, kredi değerliliğine güvenilerek, hiçbir teminata bağlanmadan açılan kredi türüdür. Tek imza karşılığı açılan açık krediler borçlu cari hesap şeklinde çalışır. Bankalar, bu krediyi işletmelere; ihracat, hazırlık, akreditif teminatı ve kasa kolaylığı biçiminde kullanmaktadır. (Berk 1999, 145)

Açık kredilerde belirli yasal bir karşılık söz konusu olmadığı için bu tür krediler görünürde diğerlerine göre daha risklidir. Bu nedenle açık kredilerden alınacak faiz yüksektir. Bununla birlikte uygulamada özel bir teminatı olmadığı halde en güvenilir kredi türlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Çünkü bu kredinin açılışında ki asıl dayanak, kredi müşterisinin üstün karakteri, girişim yeteneği, deneyimi ve konusunda uzmanlığı, sermayesi, likiditesi ve verimliliğidir. Açık

kredinin verilmesinde de hareket noktasını bu unsurlar oluşturmaktadır. (Yüksel, Yüksel ve Yüksel 1997, 323)

- Teminatsız (Güvenceli) Krediler:

Kredi müşterisinin imzasına ek olarak diğer güvenceler de alınarak açılan kredilerdir. Teminatlı krediler iki gruba ayrılır.

- Kefalet Karşılığı Krediler (Şahsi Teminatlı Krediler)

Kredi müşterisinin imzası dışında bir veya birden fazla gerçek/tüzelkişinin imzası (kefaleti) karşılığında verilen kredidir. Kefalet karşılığı kredi, şahsi teminatlı bir kredi türüdür. (Şakar 2013, 53)

Kefil, kredi borçlusunun borcunu ödeme yükümlülüğünü yerine getirmemesi durumunda kendisinin kişisel olarak sorumlu olacağını taahhüt eden, borcun ödenmemesi halinde borçlu ile birlikte borcu üstlenen kişidir.

Kefaletin en belirgin ve önemli özelliği, sözleşmeden doğan borcun fer'i nitelik taşımasıdır. Bu durum asıl borcun varlığını zorunlu kılar. Borçlar Kanunu'nun 485. Maddesine göre, asıl borç söz konusu olmayınca geçerli bir kefalet sözleşmesi kurulamayacağı gibi, asıl borcun sona ermesiyle birlikte kefalet de kendiliğinden sona ermektedir. Kefaletin güvence altına alınması, amaçlanan asıl borcun mukadderatına sıkı sıkıya bağlıdır.

- Maddi Teminatlı Krediler:

Bankalar tarafından kredi tahsisi sırasında kredi kullanım koşulu olarak, somut ve maddi değer ifade eden bir varlığın rehini karşılığında kullanımı öngörülen kredi türüdür. Maddi değerlerin rehini karşılığında açılan kredilerdir. (Vurucu ve Arı 2014, 345)

Hisse senedi, tahvil, mevduat ve nakit karşılığı, altın karşılığı, emtia rehini, ticari işletme rehini, kambiyo senetleri rehini, taşıt rehini, taşınmaz ipoteği ve alacağın temliki karşılığı krediler maddi teminatlı kredilerdendir.

2.5.3. Kullanım Amacına Göre Sınıflandırılması

Kullanım amacına göre sınıflandırma dört bölümde incelenebilir.

Yatırım Kredileri: İşletmelere, bina ve tesislerin yapımı, gayrimenkul satın alınması ile sabit kıymetlerin finansmanı amacıyla kullanılan orta ve uzun vadeli kredilerdir.

İşletme Kredileri: İşletmelerin işletme faaliyetlerini devam ettirebilmesi için döner sermaye ihtiyaçlarını karşılayan kredilerdir.

Üretim Kredileri: İşletmelerin üretim faaliyetlerini finanse etmek, üretim için gerekli döner sermaye ihtiyaçlarını gidermek için verilen kredilerdir.

Tüketici Kredileri: İşletmelerin bina ve tesislerin bakım ve onarımı, dekorasyon ile sabit kıymetlerin onarımı gibi anlık ihtiyaçlarını finanse etmek ile açılan kredilerdir.

2.5.4. Kredileri Gruplar Açısından Sınıflandırma

Ticari kredi firmaları lehine tahsis edilecek kredileri başlıca üç grupta toplanmaktadır.

- Birinci Grup Krediler (Nakdi Krediler)
 - Iskonto Kredileri
 - İştira Kredileri
 - Senet Karşılığı Avans Kredileri
 - Döviz Endeksli Krediler

- Spot Krediler
- Borçlu Cari Hesap Kredisi (BCH)
 - Teminatsız (Açık) BCH Kredileri
 - Teminatlı BCH Kredileri
 - Nakit, Mevduat, Repo Karşılığı
 - Menkul Kıymetler (Hazine Bonosu, Devlet Tahvili, Bankanın Yatırım Fonları, Hisse Senetleri vb.) Karşılığı
 - Banka Kontrgarantisi Karşılığı
 - Alacağın Temliki Karşılığı
 - Altın Karşılığı
 - Ticari İşletme Rehini Karşılığı
 - Taşıt Rehini Karşılığı
 - İpotek Karşılığı
 - Kefalet Karşılığı Ürün ve Mal Karşılığı
- Emtia – Ürün ve Mal Karşılığı Kredi
- Mevduat Karşılığı Kredi
- Döviz Tevdiat Karşılığı Kredi
- İhracat Kredisi
- İthalat Kredisi
- Hazine Bonosu, Devlet Tahvili, Hisse Senedi ile Eurobond Karşılığı Krediler.
- Repo ve Bankanın Yatırım Fonları Karşılığı Kredi
- Altın Rehini Karşılığı Kredi
- Alacağın – İstihkakın Temliki Karşılığı Kredi
- İpotek Karşılığı Kredi
- Ticari işletme Rehini Karşılığı Kredi
- Taşıt Rehini Karşılığı Kredi
- Banka Kontrgarantisi Karşılığı Kredi
- Spot Döviz Endeksli Kredi
- Gün İçi Kredi

- Kurum Tahsilatları ve Takas ekleri Nakit Yönetimi Kredisi
 - Orta ve Uzun Vadeli Krediler
 - Diğer Nakdi Krediler
-
- İkinci Grup Krediler (Gayri Nakdi Krediler)
 - Teminat Mektubu TL / Dövizde Endeksli
 - Teminatsız (Açık) Teminat Mektupları
 - Teminatlı Teminat Mektupları
 - Nakit, Mevduat, Repo ve Menkul Kıymet Karşılığı, Hazine Bonosu, Devlet Tahvili, Bankanın Yatırım Fonları, Hisse Senetleri vb. Banka Kontrgarantisi Karşılığı, Alacağın Temliki Karşılığı, Altın Karşılığı, Ticari İşletme Rehini Karşılığı, İpotek Karşılığı, Kefalet Karşılığı, Ürün ve Mal Karşılığı, Taşıt Rehini Karşılığı, Kambiyo Senetleri Karşılığı.
-
- Diğer Gayri nakdi Krediler
 - Harici Garantiler
 - Kabul – Aval Kredisi
 - İthalat Akreditifleri
-
- Üçüncü Grup Krediler (Dış Krediler)
-
- Nakdi Dış Krediler
 - İhracat Kredileri
 - Döviz Kredisi
 - Diğer Nakit Dış Krediler

- Gayri nakdi Dış Krediler
 - İthalat Kabul ve Aval Kredisi
 - İthalat Akreditif Kredisi
 - Vadeli Akreditif Kredisi
 - Prefinansman Kredisi
 - Garanti Mektupları Post Finansman Kredisi
 - Diğer Gayri Nakdi Dış Krediler üçüncü grupta yer alan krediler, kredinin tesis edildiği onay koşullarına göre açık ve teminatlı olarak kullanılırlar. (Şakar 2013, 57-59)

2.6. Birinci Grup Krediler (Nakdi Krediler)

Bankalar tarafından kredi lehtarına nakit olarak açılan (limit tahsisı yapılan), lehtarına kullandırımı ve bankaya anapara artı faiz olarak geri ödemesi de nakit olarak yapılan krediler, “Nakdi Kredi” dir. Nakit kredileri nakit dışı kredilerden ayıran en önemli özellik, kredi kullandırımı sırasında bankanın pozisyonundan kredi müşterisinin pozisyonuna fiziki bir fon transferi yapılmasıdır. (Vurucu ve Arı 2014, 459)

2.6.1. Borçlu Cari Hesap Kredisi

Türk Ticaret Kanunu’nun 87-89 maddelerinde yer alan hükümlerine göre bankaların kredi müşterilerine tahsis etmiş olduğu, önceden belirlenmiş limitler dahilinde müşterilerin istediği zaman nakit ihtiyaçlarını karşılayan kredidir. Yılda bir kez, açılmış olan kredinin bakiyesinin tamamının faizleri ile beraber ödenmesi gerekmektedir. Müşterinin devam eden ihtiyacı varsa yeni kredi numarası oluşturularak yeni kredi numarasından artık takibi yapılmalıdır. Bankacılık jargonunda rotatif kredi olarak adlandırılmaktadır.

Kredi bir cari hesap üzerinden yürütölmektedir. Cari hesap kredisi, işletmelerin genellikle çalışma sermayesi ihtiyacını karşılamakta kullandıkları kısa süreli bir kredi şeklidir. (Aras 1996, 10)

Cari hesap kredileri batı bankacığında en çok uygulanan kredi türüdür ve daha çok bankacılık tekniğini ilgilendiren hesaplaşma şeklidir. Çünkü diğer kredi türlerinde, söz gelimi iskonto kredisi açılmış bir cari hesaba aktarılarak buradan kullandırılması olanaklıdır. Ancak bankanın müşterisine açtığı hesapta bazen limit aşımına izin veriliyorsa ve böylece alacak bakiyesi veren hesap, limit içinde borç bakiyesine de dönüşebiliyorsa, ancak bu durumda bir cari hesap kredisinden söz edilebilir. (Yüksel, Yüksel ve Yüksel 1997, 325)

Sözleşme süresi içerisinde kredi lehtarını, banka tarafından tahsis edilen kredi limiti sınırları dâhilinde ve banka tarafından belirlenmiş olan kredi kullanım koşullarına uygun şekilde dilediği an dilediği tutarda kredi kullanabilir, dilediği anda kısmen veya tamamen geri ödeme yapabilir, krediyi kapatabilir. (Vurucu ve Arı 2014, 462)

Borçlu cari hesap kredisi banka müşterisinin banka nezdindeki kredibilitesi uygunsa herhangi bir teminat alınmadan sadece kredi lehtarının imzası karşılığında kullandırılabilir. Şayet bu durumun tersi söz konusu ise banka, müşterisinden teminat olarak kullandırım imkânı tanıyacaktır. Teminat olarak nakit, mevduat, repo karşılığı, menkul kıymetler (hazine bonosu, devlet tahvili, bankanın yatırım fonları, hisse senetleri vb.), çek, senet vb. kabul edilmektedir. Uygulamada özellikle aktif büyüklüğü az olan banka müşterilerine çek karşılığı kredi kullandırmaları sık görölmektedir.

Borçlu cari hesap kredisi müşteri ihtiyacına göre işletme malzeme kredisi, geçici bir likidite darboğazının finansmanı, özel müşterilere birkaç maaş tutarında ödemenin yapılması, sezon kredisi şeklinde kullandırılabilir. (Şakar 2013, 63)

Kredinin faiz, komisyon ve ilgili vergi tahsilatları yılın 31 Mart, 30 Haziran, 30 Eylül, 31 Aralık tarihlerinde, üçer aylık dönemler halinde yapılmaktadır. Belirtilen bu 4 güne kadar kredi bakiyesi kapatılmamışsa ve bankanın alacaklı olduğu birikmiş faiz varsa noter aracılığı ile ilgili müşteriye resmi bildirimi de yapılmaktadır. Bildirim ücreti banka tarafından ayrıca kredi müşterisinden tahsil edilmektedir. Müşteri bankaya belirtilen günlerde de dönem faizi ödemesini yapmamışsa, bankada kredi limiti bulunmasına rağmen banka tarafından ek yeni kredi kullandırımı yapılmaz.

2.6.2. İskonto ve İştira Kredileri

İskonto ve iştira kredileri farklı isimlendirilmiş olmalarına rağmen bankacılık uygulamalarında birlikte ve tek bir kredi türü olarak yer almaktadırlar. Ticari işlemlerden doğmuş ve henüz vadesi gelmemiş bir ticari senet bedelinden vade tarihine kadar olan süre için tespit edilen faiz, komisyon ve bunlar üzerinden alınan vergi düşüldükten sonraki kalan kısmın nakite dönüştürülerek alacak hakkını elinde bulundurana ödenmesini sağlamaktadır.

Kambiyo senedinin ödeme yeri ile işlem yapılan banka şubesi aynı il belediye sınırları içerisinde yer alırsa iskonto, farklı illerde olursa iştira kredi olarak adlandırılmaktadır.

Bankalar iskonto ettikleri senet veya senetlerin vadesinde ödenmemesi riskini üstlenmezler. Kambiyo senet vadesinde, borçlu ödemeyi yapmazsa banka kredi müşterisinden paranın kendisine ödenmesini talep eder.

2.6.3. Emtia – Ürün ve Mal Karşılığı Kredi

Banka tarafından kredi değerliliği olan emtianın yaptırmış olduğu ekspertiz sonucunda oluşmuş değerinin belirli bir bölümünün, müşterisinin emtiası rehin alınarak kullanıldığı kredilerdir. Borçlunun borcunu vadesinde ödeyememesi durumunda banka elindeki teminatı nakde dönüştürerek ilgili krediyi kapatır.

Teminata alınacak malların ticari işletmelerin depolamaya elverişli ve kısa vadede aşırı fiyat dalgalanmalarına maruz kalmayacak nitelikte olmasına dikkat edilmektedir. Türk Ticaret Kanunu'nun 2. Kısım 3. Bölümünde yer alan "Taşınır Rehini" hükümleri çerçevesinde krediyi kullandıran bankaca ticari malların rehin alınması karşılığında kullandırılan rotatif kredi türüdür.

2.6.4. Mevduat Karşılığı Kredi

Banka müşterisinden en az kullandırdığı kredinin ana para, faiz, komisyon, masraf vb. ücretlerinin toplamını karşılayacak kadar önceden belirlemiş olduğu marjlar dahilinde, TL veya döviz cinsinden nakit tutarının kredi müşterisi ya da kredi müşterisi adına vadeli, vadesiz mevduat hesaplarına teminat olarak veren şahısların hesaplarının, kredi kapanana kadar bloke edilerek yapılan kredi kullanımlarıdır.

Mevduat rehini, 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu' nun II. Kısım 3. Bölüm 2. Ayrımında düzenlenen "Alacağın Rehini" hükümlerine tabidir. TMK. 955 Maddesi hükmüne göre taraflar arasındaki rehini sözleşmesinin yazılı şekilde yapılması gerekmektedir. Alınan banka mevduat rehinin kapsamına mevduat hesabındaki anaparanın yanı sıra varsa sonradan tahakkuk edecek faizler de girmektedir. Rehin işlemi rehin alacaklısı tarafından sona erdirilinceye kadar ya da ilgili kredi kapanana kadar mevduat hesabı üzerinde mevduat sahibinin yanı sıra rehin alacaklısının da yazılı onayı alınmadan hiçbir şekilde ilgili mevduatı azaltıcı işlem yapılamaz.

2.6.5. Döviz Tevdiat Karşılığı Kredi

TL Mevduat rehin karşılığı kredi gibidir. Teminata kullanılan krediye karşılık olarak vadeli ya da vadesiz döviz tevdiat alınmaktadır.

Döviz tevdiat karşılığı kredi kullanımlarında, kredinin kullandırıldığı tarihteki döviz kurlarını dikkate alan bankanın belirlemiş olduğu marjlar dahilinde döviz tevdiat hesaplarına bloke konulmaktadır.

2.7. İhracat Kredisi

Türk Lirası kullanılarak kayıtlarda Türk Lirası olarak takip yapılabildiği gibi krediler, döviz olarak kullanılarak kayıtlarda döviz olarak takibi yapılabilir.

2.7.1. TL İhracat Kredileri

İhracat bir malın veya değerin yürürlükteki İhracat Mevzuatı ile Gümrük Mevzuatına uygun şekilde fiili ihracatının yapılması ve Kambiyo Mevzuatına göre bedelinin (bedelsiz ihracat hariç) yurda getirilmesi veya Dış Ticaret Müsteşarlığınca ihracat olarak kabul edilen diğer çıkışlar olarak tanımlanır.

Türkiye’ de ticari bankalar ihracatçılara ya kendi kaynaklarından ya da reeskont kaynaklı olarak, ihracat kredileri kullanırmaktadır. Merkez Bankası ve Eximbank, bu kredilerin kullanılması için bankalara belirli kıstaslara göre bir limit tespit etmektedir. Bankalar kendi limitleri dahilinde müşterilere bu kredileri kullanırmaktadır. (Seval 1990, 85) Her firmanın Eximbank nezdinde bir limiti vardır. Firmalar, krediyi kullanmak için Eximbank’a yapacakları ihracat taahhüdünün %20’ si oranında kredilendirilirler. (Aras 1996, 20)

TL ihracat kredilerindeki hizmet ve faaliyetler döviz kazandırıcı olması nedeniyle vergi, resim, harç istisnasından yararlanmaktadır. Borçlu cari hesap gibi, müşterinin ihtiyacı doğrultusunda önceden belirlenmiş limitler dahilinde kullanılmaktadır.

İhracat kredilerinin vadesi, akreditif şartları veya ihracat bağlantı belgelerindeki ihracat süresine göre belirlenmektedir ve uygulamada kredinin vadesi bankalar tarafından genellikle 1 yıl olarak kullanılmaktadır. “Banka ihracat kredisi kullanımında akreditif şartı veya bağlantı belgelerine göre ihracatın belirli zaman dilimleri içerisinde ve partiler halinde yapılması gerektiği durumlarda, 1 yıl içerisinde ihracı yapılacak bölüm için kredi kullanır, gelecek ihracat bedelleri ile kredi limitinin boşalacak kısmı yine 1 yıllık süreyi geçmeyecek şekilde sonraki partilerin finansmanında kullanılabilir.” (Şakar 2013, 141-142)

2.7.2. İhracata İlişkin Banka Kaynaklı Avans Kredileri

Sevk öncesi ve sevk sonrası olmak üzere iki gruba ayrılırlar. Türk Lirası fiili mal ihracı, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetlerin finansmanı amacıyla bankalar tarafından verilen ihracat kredileridir.

2.7.3. Sevk Öncesi İhracat Kredileri (İhracata Hazırlık Kredileri)

Sevk öncesi ihracat kredileri ihracatçıya ihraç konusu malın üretim ve hazırlanması veya hizmetin sağlanması amacıyla ihracından önce kullandırılmaktadır. Borçlu cari hesap, senet karşılığı avans veya ürün ve mal karşılığı avans şeklinde maksimum 1 yıl vadeli kullandırımı yapılmaktadır. Her yeni yıldaki kullanım taleplerinde ilgili bankada yeni bir kredi numarası oluşur ve takibi kredi numaralarından yapılır. Bankanın önceden müşterisine tahsis etmiş olduğu limitler dahilinde kullandırılır.

Sevk öncesi ihracat kredisi, ihracatçı veya imalatçı özelliğine sahip ihracatçı firmalarla ihracat bağlantılı mal üreten imalatçı firmalara ihracı yasaklanmış ve bazı hammadde ve işlenmiş tarım ve maden ürünleri dışındaki Türk menşeli bütün malların serbest dövizle kesin olarak ihracı taahhüdü karşılığında bankalar aracılığıyla kullandırılmaktadır. (Seval 1990, 86)

İhracat döviz taahhüdü, açılan Türk Lirası kredi tutarının, kullandırım tarihindeki TCMB döviz alış kuruna bölünmesiyle bulunur. Kredinin, ilk diliminin kullanılmaya başladığı tarih başlangıç alınarak kredinin kısım kısım ya da cari hesap (C/H) şeklinde kullandırılabilir. Firmanın en yüksek seviyeye ulaştığı tutar kadar ihracat taahhüdünü gerçekleştirmesi zorunludur. (Şakar 2013, 142)

2.7.4. Akreditif Karşılığı Sevk Öncesi İhracat Kredisi

İhracatçı fiili ihracata ilişkin vesaiki tüm belgeleri ile birlikte bankaya getirir, ilgili banka kendisine sunulan vesaik ve akreditif koşulları arasında uygunluk varsa ya da herhangi bir olumsuz etken bulunmuyorsa, ihracatçıya lehine açılmış teyitli

akreditif karşılığında avans kredisi kullanır. Ancak banka müşterisinin ilgili bankada bu kredi türü için limite sahip olması gerekmektedir.

2.7.5. Banka Kontrgarantisi Karşılığı Sevk Öncesi İhracat Kredileri

İhracatçıya çalıştığı bankası tarafından yurtdışındaki bankalardan almış olduğu kontrgarantiye karşı sevk öncesi kullanılan kredidir. Alınan kontrgarantinin krediyi kullanıracak banka tarafından tanınması, karşı banka ile ilişkisinin olması gerekmektedir. Ayrıca krediye ilişkin tahakkuk edecek faiz, komisyon ve masrafları karşılayan bir marj hesaplandıktan sonra kalan kısmı kullanılmaktadır.

2.7.6. Sevk Sonrası İhracat Kredileri

Sevk sonrası ihracat kredisi, gümrük idarelerine gönderilen, gümrük beyannamelerine ilişkili olarak ihracatçının sevk sonrası finansman ihtiyaçlarını karşılamak üzere bankalar tarafından kullanılan kredilerdir.

Sevk sonrası ihracat kredileri; ihracat akreditifi, ihracat vesaiki, kabul kredili poliçe veya mal karşılığı avans şeklinde kullanılabilir. Gerçekleşmiş ihracata ilişkin vesaik karşılığında kredi kullanılması halinde, vesaik Banka tarafından tahsile gönderilir. Bankalar bu konuda MTO' nun (Milletlerarası Ticaret Odası) 522 sayılı "Tahsiller İçin Yeknesak Kurallar" broşüründe belirtilen esaslara göre işlem uygular. Konvertibl serbest dövizle ihracat karşılığı Türk Lirası olarak kullanılan kredilerde; sevk ve sigorta belgeleri tüm orijinal nüshalarıyla birlikte Bankaya rehin edilir. Rehin alınan belgelerin, Banka namına veya muhabir banka namına düzenlenmiş olması ve üzerinde herhangi bir rezerv kaydı olmaması gereklidir. (Şakar 2013, 143)

2.7.7. İhracat Vesaiki Karşılığı Kredi

İhracatçının gerçekleşen ihracına ilişkin vesaikin karşılığında bankası tarafından kullandırılan kredidir. İhracatçıya malın gönderilmesi ile bedelin tahsili arasındaki geçen süre için finansman desteği sağlanmaktadır. Burada ihracatçıya verilen finansman kredisi tutarı, bankanın belirlemiş olduğu vesaiklere ilişkin marj doğrultusundadır.

2.7.8. İhracat Akreditifi Karşılığı Kredi

İhracat akreditifleri kapsamında ibraz edilen vesaikin akreditif şartları banka tarafından uygunluğu kontrol edilerek, uygun bulunanlarına karşılık ihracatçıya bankalar tarafından kullandırılan kredidir. Vadeli akreditiflerde ihracatçıya vade sonuna kadar finansman desteği sağlanmış sağlatılmış olmaktadır. Bankalar müşterilerine tahsis etmiş olduğu limitlere istinaden kullandırdığı kredilerin takibini ayrı ayrı hesaplarda takibini yapmaktadırlar.

2.8. Döviz Kredileri

Bankaların yurt dışından ve döviz pozisyonu veya döviz tevdiat hesapları kaynaklarından döviz olarak kullandıkları, anapara ve faizleri borç alan tarafından döviz olarak ödenmesi gereken kredilerdir. (Oy 1989, 40) (foreign exchange credit)

Bankaların kullandıkları döviz kredileri aşağıda belirtilen şekilde sınıflandırılabilir.

- İhracat, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı faaliyetleri finansmanı için Türkiye’ de yerleşik kişilere açılacak döviz kredileri,
- 3226 sayılı Finansal Kiralama Kanunu çerçevesinde, Türkiye’ de faaliyet gösteren finansal kiralama şirketlerine açılan döviz kredileri,

- Yatırım teşvik belgesi kapsamında Türkiye’ de yerleşik kişilere açılacak döviz kredileri ile kamu kuruluşlarınca teşvik belgesiz yatırım malı alımlarının finansmanı için açılacak döviz kredileri,
- Yurtdışında iş yapan Türkiye’ de yerleşik Türk Mütteşebbislerine Yurtdışındaki işleriyle ilgili olarak açılan döviz kredileri,
- Uluslararası yurtiçi ihaleler ile ilgili işleri veya savunma sanayi müsteşarlığınca onaylanan savunma sanayi projelerini üstlenen Türkiye’ de yerleşik kişilere açılacak döviz kredileri,
- Yurtdışında yerleşik kişilere açılacak döviz kredileri,
- Elektrik enerjisi santrallerini devir alacak firmalara açılacak döviz kredileri
- Türkiye’ de Yerleşik Kişilere, yatırım yolları ithalatının finansmanı için açılacak döviz kredilerinin en fazla üçte biri oranında olmak koşuluyla, işletme ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla açılacak döviz kredileri,
- Transit ticaretin finansmanı amacıyla açılan döviz kredileri,
- Kuyumculukta iştigal eden gerçek ve tüzel kişilere açılacak altın kredileri,

Döviz ve Türk Lirası olarak kullandırılan Döviz kredilerinde, aynen Türk Lirası ihracat kredilerinde olduğu gibi, kredi döviz taahhüdü ve ihracat döviz taahhüdü olmak üzere, iki türlü döviz taahhüdü bulunmaktadır. (Şakar 2013, 146-147)

2.8.1. Prefinansman Kredileri

İhracat sayılan satışlar, teslimler ve döviz kazandırıcı faaliyetlerle ilgili mal ve hizmet alımının finansmanı amacı ile ihracatçı firmaların yurtdışındaki alıcılarından veya uluslararası piyasalardan Türkiye’deki bankalar veya özel finans kurumları ile Türkiye’ye getirilerek, alış yapılarak, kullandırılan kredilerdir. Krediler Merkez Bankası tarafından alım satımı yapılan konvertibl dövizler ya da Türk Lirası olarak Türkiye’ de kullandırılabilirler. Aracılık ve garantörlük için

krediyi sağlayan yurtdışı finans kuruluşlarının Türkiye’deki bankalar tarafından tanınmış, güvenilir olması gerekmektedir.

Bu krediler, Merkez Bankası tarafından alım - satımı yapılan konvertibl dövizler veya Türk Lirası olarak yurda getirebilir. Bankalar, uluslararası finans kuruluşlarınca tanınan, güvenilir yurtdışı finans kuruluşlarından gelecek prefinansmanlara aracılık ve garantörlük eder. (Şakar 2013, 149)

“Prefinansman kredileri Red Clause akreditif şeklinde, banka tarafından bulunan prefinansman şeklinde ve firma tarafından bulunarak banka tarafından garanti edilen prefinansman şeklinde olabilmektedir.” (Berk 1999, 156) Bu tür kredi ihracatçılar, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı işlemleri yapanlar tarafından borçlu sıfatıyla aşağıdaki şekillerde sağlanabilir;

- Malın (veya hizmetin) yurtdışındaki alıcısından (alıcı firma finansmanı),
- Uluslararası piyasalardan,
- Türkiye’deki bankalardan (Bu durumda bankalar tarafından Türkiye’deki kişilere açılan döviz kredisinin Türk Lirası kullanımı söz konusudur.) (Seval 1990, 84)

Döviz kredilerinde olduğu gibi prefinansman kredileri de T.C. Merkez Bankası’nca alım satımı yapılan konvertibl dövizler veya TL’sı olarak getirebilir. Azami 1 yıl vadeli olabilen bu tür kredinin anapara, faiz ve masraflarının ihracat bedelleri, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı faaliyetlerinden sağlanan bedellerle ödenmesi gereklidir.

2.8.2. İthalat Kredileri

Genellikle bankaların müşterilerinden çok sık ithalat yapan ve ithalat bedelleri ödemelerini düzenli olarak gerçekleştirenlerine tahsis etmiş olduğu kredi limitleri dahilinde ithal edecek mal bedelleri için kullandığı gayrinakdi kredilerdir.

2.8.3. Akreditifler

Türkçe karşılığı kredi mektubu, kredi dokümanı olan akreditif uluslararası ticarete birbirlerini tanımayan ya da güvenmeyen firmaların ticaretinden doğan borçların ödenmesinde kullanılan finansal enstrümanlardan biridir.

Akreditif malın alıcıya teslimi ile ödemenin satıcıya yapılmasında aracı olmaktadır. Alıcı satıcı lehine bir kredi açılmasını bankasından talep eder. Akreditif ile banka (alıcı yerine), satıcı malın teslimatının gerçekleştiğini gösteren belgeleri sunduğu zaman önceden anlaşılmış olan tutarda ödeme yapma sözü verir. Akreditif, malın ülke içi taşınmasında da kullanılabilir, akreditiflerin kullanımı genellikle uluslararası ticaret ödemelerinde olmaktadır. (Şakar 2013, 151)

2.9. İthalat Kredileri Çeşitleri

İthalat kredi çeşitleri 5'e ayrılmaktadır. Aşağıda yer verilmiştir;

- Gayri Nakdi İthalat Akreditif Kredisi,
- Vadeli Akreditif Kredisi,
- Kabul ve Aval Kredisi,
- İthalat Garantisi Kredisi,
- Post Finansman Kredisi,

2.9.1. Gayri Nakdi İthalat Akreditif Kredisi

Gayri nakdi ithalat akreditif kredisinde başlangıçta mal bedelinin firmadan tahsil edilmez, banka vermiş olduğu akreditif talimatı çerçevesinde muhabir banka nezdindeki hesaplarının borçlandırılmasını bekler. Muhabir banka krediyi kullandıracak bankanın hesaplarını borçlandığı gün itibarıyla firmaya gayri nakdi akreditif kredisi açılmış olur. Akreditif açılmadan önce akreditif bedeli kadar ithalatçı lehine “Gayrinakdi İthalat Akreditif Kredisi” limiti tesis edilmesi gereklidir. (Şakar 2013, 157)

2.9.2. Vadeli Akreditif Kredisi

Vesaik ibrazından sonra ithalatçıya poliçe olmaksızın belirlenmiş bir vadeye kadar ödeme yapma imkânı veren akreditif vadeli akreditiftir. Burada ithalatçı ile ihracatçı arasındaki anlaşma önemlidir. Bankalar bu işleme aracılık ederek finansman desteği sağlamış olurlar.

2.10. Kabul ve Aval Kredileri

Kabul kredisi, ithalat yapılacak mal bedelinin ihracatçı ve ithalatçı arasında yapılan anlaşma doğrultusunda malın teslim alınması esnasında ödenmeyip ihracatçı firmanın ibraz edeceği vesaike ekli vadeli, bir veya birkaç poliçenin kabulü edilmesi ile ileri bir vadede ödenmesine imkan veren bir ödeme şeklidir. Kabul kredisi yurt içindeki ithalatçı firmaların yurt dışından vadeli mal alımı yapmasını sağlar.

2.10.1. Kabul

Lehtar tarafından düzenlenen poliçeye istinaden ithalatçıya ödemesini belli bir süre sonra yapma imkânı tanımaktadır.

2.10.2. Aval

İlgili poliçenin ön kısmına yazılan şartsız ve rücu edilemez kefaletidir. Poliçe ve bonoların bu şekilde tamamı ya da bir kısmı güvence altına alınmaktadır.

Kabul kredisi, akreditifli, vesaik mukabili ve mal mukabili olmak üzere 3 ödeme şekli ile gerçekleştirilebilir.

2.10.3. İthalat Garantisi Kredisi

Uluslararası ticarete kredili mal satış işlemlerinde satıcının alacağı riskin ortadan kalkması için talep etmiş olduğu banka kredisidir.

Akreditifli bir ithalat işleminde alıcı ve satıcı arasında yapılmış olan alım – satım sözleşmesinde akreditif açılmadan önce akreditif açılması için garanti verileceği şeklinde bir isteğin ve ithalatçı firmanın bu yönde bankasına müracaatının bulunması ile ithalat garanti edilebilir. Bu tür kredi kullandırmalarında banka firma lehine “ithalat garantisi kredisi” tesis eder. (Şakar 2013, 160)

2.10.4. Post Finansman Kredisi

Akreditif işleminde ithalatçının akreditif açan bankasının garantörlüğünde akreditifi ihracatçıya teyitli ve teyitsiz şekilde ihbar eden ihbar bankasının alıcıya tanıdığı kredidir.

2.11. Yabancı Kaynaklı Krediler

Bankaların kendi kaynakları dışında özel amaçları dahilinde, banka dışı diğer kaynaklardan sağladığı kredilere aracılık etmesidir.

2.11.1. Türk Eximbank Kaynaklı Krediler

İhracatın geliştirilmesi, ihraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi, ihraç mallarına yeni pazarlar kazandırılması, ihracatçıların uluslararası ticarete paylarının artması ve girişimlerinde gerekli desteğin sağlanması, ihracatçılar ile yurt dışında faaliyet gösteren müteahhitler ve yatırımcılara uluslararası piyasalarda rekabet gücü ve güvence kazandırılması, yurt dışında yapılacak yatırımlar ile ihracat maksadına yönelik yatırım malları üretim ve satışının desteklenerek teşvik edilmesine yönelik, fon kaynağı Türk Eximbank tarafından sağlanan, ihracatçılara kullandırılan kredilerdir.

Eximbank'ın kredilerini dört ana başlık altında toplayabiliriz.

- Kısa Vadeli İhracat Kredileri
 - Sevk Öncesi İhracat Kredileri
 - Sevk Öncesi Türk Lirası İhracat Kredileri
 - Sevk Öncesi TL Kalkınma Öncelikli Yörelere İhracat Kredisi
 - Sevk Öncesi Döviz İhracat Kredisi
 - Dış Ticaret Şirketleri (DTŞ) Kısa Vadeli İhracat Kredisi
 - DTŞ Kısa Vadeli Yeni Türk Lirası İhracat Kredisi
 - DTŞ Kısa Vadeli Döviz İhracat Kredisi
 - İhracata Hazırlık Kredileri
 - İhracata Hazırlık TL Kredisi
 - İhracata Hazırlık Döviz Kredisi
 - KOBİ İhracata Hazırlık Kredisi

- KOBİ İhracata Hazırlık TL Kredisi
- KOBİ İhracata Hazırlık Döviz Kredisi

- Özellikli Krediler
 - Yurtdışı Mağazalar Yatırım Kredisi
 - Özellikli İhracat Kredisi
 - Gemi İnşa ve İhracatı Finansman Programı
 - Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetlerine Yönelik Teminat Mektubu Programı

- Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler
 - Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi
(Karayolu/Denizyolu/Havayolu)
 - Turizm Pazarlama Kredisi
 - Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi

- İslam Kalkınma Bankası (İKB) Kaynaklı Krediler
 - İhracat Finansmanı Programı
 - (Export Financing Scheme – EFS)
 - İhracata Yönelik İthalat Finansman Kredisi
 - (Import Trade Financing Operations: ITFO Line) (Şakar 2013, 161)

2.11.2. GSM İhracat Garanti Programı

ABD Tarım Bakanlığı'na bağlı "Commodity Credit Corporation" (CCC) tarafından yürütülmektedir. %100 kökenli tarımsal ürünler ve hayvan hayvansal ürünler için ABD özel bankacılık sektöründe açılan kredileri garanti etmektedir. Genellikle maksimum vadeleri 3 yıl olan program, Türkiye'de buğday, pirinç, yer fıstığı, soya fasulyesi, ayçiçeği yağları, pamuk gibi ürünlerin finansmanını sağlamaktadır.

2.11.3. Hermes Kredileri

Federal Alman Hükümeti'nin ihracatçıları desteklemek amacıyla oluşturduğu bir garanti programıdır. Alman ihracatçısı, ihracat işlemlerindeki ticari ve siyasi risklere karşı Alman Hükümeti'nce sağlanan bu garantilere başvurabilir. Hermes kredisi iki şekilde kullanılabilir;

- Alman Bankası krediyi bir Türk bankası lehine açar ve Türk bankası ithalatçıya kredi limiti tesis eder. Hermes'e karşı Türk Bankası borçlu olur.
- Alman Bankası doğrudan ithalatçıyı kredilendirir. Türk Bankası ithalatçı adına Alman Bankasına hitaben garanti verir. İthalatçının statüsüne göre (özel/kamu) borcun tutarı ve kredi vadesi değişmektedir.

Her iki işlemde de Türk Bankaları sürece dahil olmaktadır.

Hermes/Coface/Sace /Erg ve benzeri kuruluşlar ülke kredileri vermek için kurulmuş olan ve bulundukları ülkelerin yatırım mallarının ihracatını teşvik eden ihracat kredi kuruluşlarıdır (Export Credit Agency /ECA). ECA'ların amacı kendi ülkelerinden yapılan ihracatı arttırmaktır. Bu amaçla, kendi ülkeleri dışındaki ithalatçılara, mal alımına yönelik orta vadeli krediler sağlarlar. (Garanti Bankası 2014)

2.11.4. İhracat Sigorta Kuruluşlarının Garantisi Kapsamında Kullandırılan Krediler

İhracat sigorta kuruluşları güvencesinde, yurtdışındaki bankalar tarafından ithalatçılara kullandırılan orta – uzun vadeli kredilerdir. Genel olarak ticari kontrat tutarının %85'i oranında finanse edilir, %15'lik kısım ise ithalatçı tarafından ihracatçıya peşin ödenir. Vade genellikle 5 yıla kadarsa da karşılıklı anlaşmaya göre işlem bazında daha uzun vade de mümkündür. (Şakar 2013, 190)

2.12. Repo ve Bankanın Yatırım Fonları Karşılığı Kredi

Repo ve yatırım fonlarının yer aldığı yatırım hesabı üzerine rehin konularak kullandırılan kredilerdir. Kredi kullandırılırken, kredinin vade sonundaki anapara, faiz, yasal kesintiler ve varsa masraflar toplamı hesaplanır, hesaplanan toplam tutar kadar bankanın belirlediği marjla teminat yatırım fonu, repo alınır. Repo, bankanı A ve B tipi yatırım fonları üzerine bloke konulur ve mevduat karşılığı kredilerde olduğu gibi risk tamamen kapatıldıktan sonra bloke kaldırılır. A tipi fonlar riskli fonlardan olduğu için bu fonların teminat marjı repo ve B tipi yatırım fonlarına oranla daha yüksektir.

2.13. Hazine Bonosu, Devlet Tahvili, Hisse Senedi İle Eurobond Karşılığı Krediler

Hazine Bonosu, Devlet Tahvili, Hisse Senedi ve Eurobond gibi kıymetlerin teminata alınarak karşılığında kullandırılan kredilerdir.

Rehin alınacak bono ve tahvilin vadesinin kredi vadesini geçmemesi hususuna dikkat edilmelidir. Bankalar tarafından Devlet garantisindeki Hazine Bonosu ve Devlet Tahvili kıymetlerin vadesinden daha uzun vadeli, maksimum 24 aya kadar kredi kullandırılabilir.

2.14. Eurobond Karşılığı Krediler

Hazine tarafından çıkarılan Eurobond'ların ve bankaların uygun gördüğü ülkelerin Eurobond'larının rehini karşılığında kullandırılan kredilerdir. Nakit karşılığı kredidir. Bankalar tarafından genellikle vadesi en fazla 24 ay olarak kullandırılır. Eurobondların uzun vadeli olması nedeni ile kredi kullandırırken Eurobond'un kredi kullandırım tarihindeki cari satış tutarı üzerinden TL karşılığı bulunarak teminata alınacak tutar ile ilgili hesaplama yapılmalıdır. Eurobond'un faiz kupon tutarları hesaplamada dikkate alınmamaktadır. Kullandırılacak kredi miktarının genellikle %20 – 50 fazlası oranında Eurobond rehini alınarak kredi kullandırımı yapılır. Kesin oran her bankanın kredi politikasında belirlenmektedir. Rotatif kredi şeklinde kullanılabilir. Rotatif kredi olarak kullandırılır ise diğer borcu cari hesaplardaki gibi vadesi en fazla 1 yıl olacak şekilde kullandırılmaktadır. Değişen ekonomik ve konjonktürel durumlar çerçevesinde kredinin vadesi de değişik şekillerde uygulanabilmektedir.

2.15. Altın Rehini Karşılığı Kredi

Bankalar tarafından sertifikalı olarak satılan altın, sikke, külçe altın veya müşterilerin ellerinde bulunan altın ürünlerinin rehin edilmesi karşılığında genellikle rotatif kredi şeklinde kullandırılan kredilerdir. Çoğunlukla teminata alınacak altınlarda işçilik özeliği olmayan, külçe, darphanede basılan cumhuriyet altınları bankalar tarafından kabul görmektedir. Kredinin kullanımı, teminat marjı ve süresi bankalara göre çeşitlilik arz etmektedir.

2.16. Alacağın – İstihkakın Temlik Karşılığı Kredi

Alacağın, istihkakın (hizmet karşılığı kazanılan hak, para) temlik karşılığı kredi, Devlet Daireleri, Kurum, kuruluş veya diğer resmi kurumlara mal teslim eden, inşaat veya iş yapan müteahhitlerin doğmuş alacak istihkaklarının bankaların temlik sözleşmesi yaparak karşılığında genellikle rotatif ve spot şeklinde kullandığı kredilerdir.

Alacak rehini ancak yazılı bir şekilde yapıldığı takdirde geçerlidir. Alacak ve diğer temlikî mümkün haklar üzerinde rehin tesis edilebilir. Rehin edilen alacak için senet veya çek varsa bu senedin ve çekin alacaklıya teslim edilmesi ile işlem yapılır. (Şakar 2013, 74)

İstihkakın Temlikî Karşılığı kredilerin Kullandırılabilmesi İçin Gerekenler, Kredilerde Gerekenler
1. Doğmuş (tahakkuk etmiş) ve ödenmesinin yalnızca gerekli formalitenin tamamlanmasına bağlı olması
2. Ödenmesinin, müteahhit yönünden herhangi bir işlemin yapılması ile sınırlandırılmış olması
3. Son istihkak olmaması
4. Bu alacağın temlikinin yasaklanmamış olması
5. Aynı alacağa ilişkin başka öncelikli temliklerin olmaması ve temlik bedeli üzerinde (rehin, haciz, hapis hakkı vb. gibi)

Şekil 3.1. İstihkakın Temlikî Karşılığı Kredilerin Kullandırılabilmesi İçin Gerekenler

Kaynak: (Şakar 2013, 74)

2.17. İpotek Karşılığı Kredi

Firmaya tesis edilen kredi limitleri dahilinde, kredi lehdarı veya üçüncü şahsa ait bir gayrimenkulün ipotek edilmesi karşılığında başta rotatif, taksitli, ticari olmak üzere hemen hemen tüm şekillerde kullandırılmaktadır. Kredi kullandırılmadan önce ilgili gayrimenkulün ekspertiz raporu çıkarttırılarak değeri tespit edilir. Diğer teminat karşılığı kredilerdeki gibi bankanın belirlemiş olduğu ilgili marj dikkate alınarak kullandırım yaptırılmaktadır.

İpotek karşılığı verilen kredilerle ilgili olarak bankanın kredi borçlusu tarafından kredinin tüm fer'ileri birlikte bankaya geri ödemesi yapıldıysa, ipotek sadece tek seferlik ve bu krediye karşılık alınmışsa banka ipoteği sona erdirerek, hak sahibine iadesi için gerekli operasyonel işlemleri başlatır. İpotek ticari amaçla ve sürekli olarak kullanılacak kredilerin teminatı olarak alınmışsa, ilgili ipoteğe karşılık kullandırılan kredilerden bankanın herhangi bir alacağının kalmaması koşulu ile ipoteği veren müşterinin talebi doğrultusunda fek işlemleri başlatılır.

2.18. Ticari İşletme Rehini Karşılığı Kredi

Ticari müşterilerine kullandırdıkları gerek kısa, gerekse orta ve uzun vadeli kredilerini asli veya ek teminatını oluşturmak için bir ticari işletmeyi rehin alarak bankalar kredi tesis edebilmektedirler.

Ticari işletme rehini, işlemi ticari işletmenin kayıtlı olduğu ticaret ya da esnaf ve sanatkârlar siciline tescil ile gerçekleşir. Rehin sözleşmesinin düzenlendiği tarihten itibaren ticari işletme rehininin hukuksal geçerlilik kazanması için 10 gün içinde Ticaret Sicil Memurluğuna tescil ettirilmesi gerekir ve rehin işlemi tamamlanmış olur. (Şakar 2013, 75)

2.19. Taşınır Rehini Karşılığı Kredi

Taşınır rehini karşılığı kullandırılan kredilerde banka kredi müşterisinin, sigorta ekspertiz değerinin kullandığı kredinin anaparası ve kredinin faiz tahakkukları, komisyon ücretleri ile banka tarafından öngörülen ilave marj tutarının toplamını karşılayacak tutarda bir taşınırını rehin alır. Kredi süresinin bitimine ve ilgili kredinin borcunun bankaya geri ödemesinin tamamlanmasına kadar geçen süre için ilgili taşınırın rehini devam ettirilmek zorundadır.

Bu kredi bireysel anlamdaki taşıt kredilerinden tamamen farklı yapıya sahiptir. BCH şeklinde kullandırılan ticari bir kredi türüdür. Ticari kredilerde olduğu

gibi öncelik olarak firmanın kredi değeriği esas olup, rehin konulan taşıt veya taşıtlar teminata alınarak kullanılır. (Şakar 2013, 75)

Uygulamada bankalar tarafından ticari kredilerde pek tercih edilmeyen teminata sahiptir. Bankalar taşınır rehinini daha çok ilgili müşterisinin yeni taşınır alımlarında kullanmaya isteklidirler.

2.20. Banka Kontrgarantisi Karşılığı Kredi

Krediyi kullandıracak banka tarafından yurtiçinde ve yurtdışında yerleşik bir bankanın teminat mektubu karşılığında nakdi ve gayri nakdi kredi olarak kullanılmaktadır. Kullandırımı yapacak banka, teminata alınmak istenen kontrgarantinin bankasının kendisi için güvenilir ve mektubun kullandıracağı kredinin süre, tutar vb. özelliklerine uygun olmasını arayacaktır.

2.21. Spot Döviz Endeksli Kredi

Spot döviz endeksli krediler, kullandırılacak bankanın ve Merkez Bankası'nda işlem gören konvertibl bir döviz endekslenen ve müşteriye, önceden tesis edilen limitler dahilinde bankanın döviz kredilerine uygulanan döviz alış kuru üzerinden Türk Lirası olarak kullanılan kredilerdir. Müşteri kredi tutarını kullanımında endekslediği döviz cinsinden geçmesini istiyorsa, ilgili banka tarafından aynı alış ve satış kurundan işlem yapılmaktadır. Kredi lehdarının krediyi kapattığı tarihteki kur, kullandığı tarihteki kurdan yüksekse aradaki kur farkı için %5 BSMV ödemesi yapması gerekmektedir. Kredinin kullanımlarında ve kapatılmasında DAB veya DSB düzenlenmemektedir. İhracat taahhüdü müeyyidesi bulunmamaktadır. 3–6 ay gibi kısa vadelerde kullanılmaktadır.

2.22. Gün İçi Kredi

Bankanın önceden belirlemiş olduğu kredi limitleri içerisinde aynı gün kullanılarak, aynı gün içerisinde kapatılan kredilere gün içi kredi denilmektedir.

Kredi lehdarının çok kısa süreli nakit ihtiyacı giderilmektedir. Acil gönderilmesi gereken havale, eft maaş ödemeleri vb. amaçlar için kullanılmaktadır. Bu tür kredi kullanan müşteriler bankaların yüksek hacimli olarak çalıştıkları majör müşterileridir. Bankalar genellikle kullandırımalarında faiz tahakkuk ettirmezler.

Gün içi krediler müşteriye sürekli kullandırılmaz bu kredi müşterisinin ani kredi ihtiyacı için kullandırılan bir kredidir. Gün içi krediler en geç gün sonunda kapatılmalıdır. Gün sonunda kapatılmayan krediler normal ticari krediye dönüştürülür. (Şakar 2013, 76)

2.23. Kurum Tahsilatları ve Takas Çekleri Nakit Yönetimi Kredisi

Firmaların ödemekte olduğu BAĞ-KUR, SSK, Vergi Ödemeleri gibi tahsilatların banka aracılığı ile ödenmesi sırasında firmaya bankaların önceden tahsis etmiş olduğu limitler dahilinde kullandığı kredidir. Ortalama olarak, firmaya 2-3 günlük geri ödeme süresi tanınmasını sağlamaktadır. Banka tarafından verilen süre içerisinde geri ödemesini yapan müşterilerine faiz tahakkuk ettirilmemektedir. Belirtilen süre içerisinde ödemesi yapılmazsa ticari krediye dönüştürülmektedir.

Bankalar, BAĞ-KUR, SSK, Vergi Ödemeleri gibi tahsilatlarına aracılık ettikleri ve nakit çıkışı yapmadıkları kurumların tahsilatlarına yönelik, önemli ve büyük müşterilerine sundukları kredidir.

2.24. Taksitli Ticari Kredi

Taksitli Ticari Kredi, ticari, taşıt, işyeri, lojman / misafirhane gibi alımlarda firmalara kullandırılırken kredinin geri ödemelerini taksitli olarak yapılması esasına dayalı bir kredi türüdür. Firmanın kredi limiti içinde birden fazla kredi kullandırılabilir. Kredi kullandırılmadan önce, firmadan Genel Ticari Kredi Sözleşmesi ile birlikte alınması gereken teminatların alınmış olması gerekir. Kullandırılan Taksitli Ticari Kredinin vadesi genellikle 1 yıl olmakla birlikte 36 aya kadar vadeli kredi kullandırımı da yapılabilir. (Şakar 2013, 77)

Günümüz bankalarında uygulamada vade seçenekleri son derece esnek ve çok çeşitlidir. Örnek verecek olursak, eşit taksitli, esnek ödemeli (artan taksitli, azalan taksitli), ara ödemeli, balon ödemeli (periyodik ara ödemeli, değişken ara ödemeli, serbest ara ödemeli, belirli dönem faiz ödemeli) veya belirli dönem ödemesiz gibi geri ödeme seçenekleri mevcuttur.

2.25. Gayri Nakdi Krediler

Kredi kullandırımı sırasında fiziki bir nakit çıkışını gerektirmeyen nakit dışı kredilerdir. Gerçek veya tüzel iki kişi arasında yapılan ticari nitelikli ve yazılı sözleşmelere istinaden taraflardan birinin edimini yerine getirememesi riskinin üstlenildiği ve bu riske bağlı yaptırımların karşılanacağını karşı tarafa garanti eden garantörlük niteliğindeki kredilerdir.

Uluslararası bankacılık uygulamalarında “Banka Teminat Mektubu (Banka Guarantee Letter / Letter of Guarantee / Payment Guarantee)” “Kontrgaranti Mektubu (Counterguarantee Letter)”, “Akreditif garantileri (Letter of Credits)” ve “Kabul ve Aval kredileri (Acceptance Credits)” isimleri altında farklı şekillerde karşılaştığımız banka garantilerinin konusu, sözleşmeye dayalı bir işin yapılması, bir malın teslimi ya da bir borcun ödenmesi şeklinde olabilmektedir. (Vurucu ve Arı 2014, 481)

2.25.1. Teminat Mektubu TL / Döviz Endeksli

TL ve döviz endeksli teminat mektupları teminat yapısına göre teminatsız (Açık) ve teminatlı olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır.

Teminatlı teminat mektupları ilgili bankaca uygunsa, nakit, mevduat, repo ve menkul kıymet, Hazine Bonosu, Devlet Tahvili, bankanın yatırım fonları, hisse senetleri vb. banka kontrgarantisini, alacağın temliki, altın, ticari işletme rehini, ipotek, kefalet, ürün ve mal, taşıt rehini, kambiyo senetleri karşılığı kullanılabilmektedir.

2.25.2. Teminat Mektubu (Banka Kefaleti)

Teminat mektubu bir işin yapılmasını, bir mal bedelinin veya bir borcun ödenmesini yüklenen kimseler lehine, üstlenilen işin önceden anlaşılan koşullara uygun olarak yerine getirileceği veya borçlanılan paraların vadelerinde ödeneceğini, garanti etmek üzere, banka tarafından lehtara verilen mektuptur. (V. Doğan 2005, 25)

Lehtarın sözleşmeden doğan yüklenimi yerine getirmemesi veya borcunu ödememesi durumunda, karşı muhatabın ilk yazılı talebinde banka teminat mektubunda belirtilen parayı muhataba ödemekle yükümlüdür.

Gayri nakdi kredilerden akreditif, kabul ve aval kredisi hakkında döviz kredileri bölümünde bilgi verilmiştir.

2.26. Kredi Başvurusu (Kredi İsteğinde Bulunan Firmayla Ön Görüşme Yapılması)

Kredi başvurusu, firmanın kredi talebinde bulunması ile başlayan banka ile karşılıklı mutabakat sonucunda kredinin amacı, vadesi ve tutarının kararlaştırıldığı görüşmedir. Firmanın kredi talebinde bulunabileceği gibi banka da firmanın kredi ihtiyacını belirleyip, çalışma yaparak öneride bulunabilir. Kredi kullanımlarından önce yapılan ön görüşmelerde, istenilen kredi miktarı, kredi çeşidinin bankanın uygulamadaki kredi çeşitleri arasında olup olmadığı ve geri ödeme şekli hakkında görüş alışverişinde bulunmaktadır.

Bankanın çalışmak istediği sektörlerde iş yapan ve çalışmaya uygun bulunduğu firmaların belirlenebilmesi için değişik kaynaklardan yararlanılabilir. Bu kaynaklar şube içi veya şube dışı kaynaklar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Piyasa istihbaratı,
- Diğer müşterilerin tavsiyeleri,
- İthalat ve ihracatçı birliklerinin yıllık listeleri

- Borsa bültenleri ve yayınlanan bilançolar,
- Basın haberleri, ilan ve reklamlar, imalat broşürleri
- ubeden geçen i hacmi (ubede hesabı olmayıp havale, ek tahsilatı vb. işlemler yapan, firmalar belirlenir),
- İçinde bulunduğu sektör ve endüstri (bankanın çalışma isteğinde olduğu sektörler),
- Yıllık vergi rekortmenleri listesi,
- Yurtdışı sermayeli firmaların listesi, (akar 2013, 31-32)

Kredi talebinde bulunan müşteri ile kredi görüşmesi müşterinin ilgili banka ubesi ziyareti ya da banka yöneticilerinin firmayı ziyareti ile yapılabilir. Artık günümüz internet ortamında talepler email ve internet bankacılığı ve telefon üzerinden de yapılmakta olup, bankalar müşterileri ile bu kanallar aracılığı ile de irtibat kurmaktadırlar.

Firmanın kredi başvuru alınırken sağlıklı ve doğru kredi kararı verebilmek için kullanılacak kredinin firmanın hangi ihtiyaının karşılanmasında kullanılacağının bilinmelidir.

Firmaların genel olarak kredi kullanım amaçları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

- İşletme sermayesinde yer alan faaliyetlerini finanse etmek
 - Stoklarını artırmak,
 - Alacaklarını desteklemek,
 - Vadesi gelen borcunun edimini yerine getirmek,
- Yatırımını gerçekleştirmek

3. TİCARİ BANKACILIK VE KREDİ MÜŞTERİLERİ

Tacir niteliğine sahip müşterilere, diğer banka müşterilerinden farklı olarak, sadece onların istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik sunulan bankacılık hizmetlerin tamamı ticari bankacılıktır. Bu müşterilerin ihtiyaç ve istekleri için kullandıkları kredi ürünleri de diğer banka müşterileriyle farklılık gösterebilmektedir.

Gerek 1990'lı yılların sonlarından itibaren ülkemiz ekonomisinde reel ve mali kesimlerde yaşanan yoğun yapısal krizler ve gerekse ülkemiz bankacılık sektörünün aynı yıllardan itibaren süratle batı bankacılığına hızlı bir adaptasyon sürecine girmesi sonucunda Türk Bankacılık sektöründe Bireysel Bankacılık ve Yatırım bankacılığı alanlarında baş döndürücü bir şekilde gelişmeler yaşanmışsa da, ülkemiz ekonomisinin yapısal özellikleri nedeniyle Ticari Bankacılık faaliyetleri halen sektördeki kritik önemini korumaktadır. (Vurucu ve Arı 2014, 454)

Türk Ticaret Kanunu'nda tanımlanmış olan “Tacir” niteliğine sahip gerçek ve tüzel kişilerin gerek fon fazlalıklarını değerlendirmesi ve gerekse fon ihtiyaçları ile ilgili olarak yapılan bankacılık uygulamaları ticari bankacılıktır.

3.1. Ticari Bankacılık Müşterileri

Banka ile kredi ilişkisinde bulunan, gerçek ya da tüzel kişiler, bundan sonrası için o bankanın kredi borçlusu olarak ifade edilirler.

Kişi kavramı hukuki anlamda; medeni haklarını kullanma yeteneğine sahip, bunun sonucu olarak da hak ve borç üstlenebilen şahıs ya da oluşumları tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Bu kavram temelde iki şekilde karşımıza çıkmaktadır. Bunlardan ilki gerçek kişilerdir. Gerçek kişiler medeni haklarını kullanma yanında hak ve borç üstlenme yetkisine sahip insanlar olarak tanımlanabilirler. (Garanti Bankası 2014, 5)

Kişi kavramı çerçevesinde karşılaştırılan diğer bir kişi türü ise tüzel kişiliktir. Tüzel kişiler, gerçek kişiler aracılığı ile hukuken kendilerine hak ve borç edinme yeteneğine sahip kurumlardır.

Aşağıda detaylı tarifini yapacağımız, gerçek kişi ve tüzel kişiler bankaların ticari müşterileri ya da ticari müşterileri olmalarına adaylardır.

3.1.1. Gerçek Kişiler

Kredi ilişkisinde, ticari anlamda kredi (bireysel krediler dışındaki krediler) açılacak gerçek kişilerin “Tüccar” sıfatına sahip olmaları gerekir. Açılacak bireysel kredilerde ise böyle bir zorunluluk olmaz. Tüccar ya da tacir terimi Türk Ticaret Kanunu’nun 14/1. Maddesinde “Bir ticari işletmeyi, kısmen dahi olsa kendi adına işleten kimseye tacir denir” şeklinde açıklanmaktadır. Yine aynı maddenin 2. Fıkrasında “Bir ticari işletmeyi, kısmen dahi olsa kendi adına işleten kimseye tacir denir” şeklinde açıklanmaktadır. Yine aynı maddenin 2. Fıkrasında “ Bir ticari işletmeyi kurup açtığını, sirküler, gazete, radyo ve sair ilan vasıtalarıyla halka bildirmiş veya işletmesini ticaret siciline kaydettirerek keyfiyeti ilan etmiş olan kimse fiilen işletmeye başlamamış olsa bile tacir sayılır.” Denmek suretiyle ortada fiilen işletilen bir ticari işletme olmasa dahi bu şekilde bir kişinin tacir sayılacağını ifade etmektedir. (Garanti Bankası 2014, 6)

Bir ticari işletmeyi kısmen dahi olsa kendi adına işleten kimseye tacir denir. (TTK m.12) Gerçek kişi tacirin ticaret unvanı kısaltılmadan yazılan ad ve soyadından meydana gelir. Ad ve soyadına TTK.’nın 46. maddesine uygun ekler yapılabilir. Unvanda; ortaklık bulunduğu izlenimini yaratacak çoğul ekler, başka kişilerin adları ve yabancı kelimeler kullanılmamalıdır. (İstanbul Ticaret Odası 2014)

3.1.2. Tüzel Kişiler

Yukarıda da değinildiği gibi tüzel kişiler kanun koyucunun kendilerine hak ve borç edinebilme yetisi bağladığı oluşumlardır. Dört tip tüzel kişi bulunmaktadır. Ticaret şirketleri, dernekler, vakıflar ve kooperatiflerdir.

- Ticaret Şirketleri: Tüzel kişiler işlemlerini ana sözleşmelerinde belirtilen usullerle belirlenmiş gerçek kişiler eliyle yerine getirirler. Ticaret hayatında tüzel kişi denince akla ilk olarak ticaret şirketleri gelmektedir. Ticaret şirketlerinin kuruluş, faaliyet ve kapanmasına ilişkin temel esaslar Türk Ticaret Kanunu'nda düzenlenmiş bulunmaktadır. Ticaret şirketleri,
 - ticari bir işletmeyi
 - bir ticaret unvanı altında işleterek kar etmek amacıyla
 - en az 1 adet gerçek veya tüzel kişi ortak tarafından kurulmuş,
 - ortakların 3. Şahıslara karşı şirket borçlarından sorumluluğu şirket türüne göre sınırlı ya da sınırsız olarak belirlendiği tüzel kişiler olarak tanımlanabilir. (Garanti Bankası 2014, 6)

Türk Ticaret Kanunu'nda öngörülen ortak sayısı, asgari ödenmiş sermaye, ana sözleşmesinin tasdiki ve ticaret siciline kaydı vb. yasal şartlarını yerine getirmiş olan ticari işletmeler, yasal olarak ticaret şirketi olarak kabul edilirler.

Ticaret şirketlerinin türlerini bankalarla yürüttüğü işlemler ve üçüncü kişilerle yaptığı, yapacağı işlemlerde şirkette kimin yetkili olduğunu anlamak açısından son derece önemlidir. Ticari şirketler;

- Kollektif Şirket: Türk Ticaret Kanunun 153. Maddesine göre kolektif şirket “gerçek kişiler arasında kurulan, ortaklık borç ve yükümlüklerden dolayı ortaklığın sorumluluğu sınırsız ve zincirleme olan bir ticaret ortaklığıdır.” Ortaklık gerçek kişiler arasında yapılan bir sözleşmeye bağlıdır. Şirketin sermaye gücü ortakların varlığıdır. Ortakların her

birinin şirket alacaklarına karşı sınırsız sorumlu olduğu ortaklıktır. Şirketin yönetiminden her ortak sorumlu olmasına karşın şirket sözleşmesiyle, şirket yönetimi tek bir ortağa ya da birden çok ortağa bırakılabilir. Ortaklığın kârı şirket sözleşmesinde belirtilen şekilde dağıtılır. Kuruluş sözleşmesinde aksine bir hüküm yoksa diğer ortakların rızası olmadan ortaklıktan çıkılamaz, yeni ortak alınamaz.

- Komandit Şirket: Kolektif şirketin bir çeşidi olup, ortaklardan bir veya birkaçının sorumluluğu sınırlı değildir. Diğer ortakların sorumlulukları, şirkete katıldıkları sermaye miktarı ile sınırlıdır. Sorumlulukları sınırsız olan ortaklara "komandite ortak", sınırlı olanlar da "komanditer ortak" denir. Komandite ortakların gerçek kişiler olması gereklidir. Komanditer ortaklar ise gerçek veya tüzel kişi olabilir. Komandit şirketler komandite ortaklar tarafından yönetilirler. Komanditer ortaklar yıl sonunda hesaplarını denetleyebilirler ve kârdan sermayeleri oranında pay alırlar. Ticaret hayatında bu şirket türüne fazla rastlanmamaktadır. (www.muhasibedersleri.com, 2014)
- Anonim Şirket: Anonim şirket, esas sermayesi kesin olarak belirlenmiş ve paylara bölünmüş olan ve borçlarından dolayı yalnız mal varlığı ile sorumlu bulunan şirkettir. Ortaklar yalnızca, taahhüt etmiş oldukları sermaye payları ile ve şirkete karşı sorumludur, sınırlıdır. (TTK md. 329) En az bir ortaktan oluşması gerekir ve sermaye olarak en az 50.000 TL taahhüt etmesi gerekmektedir. (Garanti Bankası 2014, 7)
- Limited Şirket: Ekonomik amaç ve konular için bir veya daha fazla gerçek ya da tüzel kişi tarafından bir ticaret unvanı altında kurulmuş olup ortaklarının sorumluluğu şirkete getirmeyi taahhüt ettikleri sermaye ile sınırlı ve temel sermayesi belli olan şirketlere " limited şirket " denir. En belirgin özellikleri şunlardır:
 - Ortak sayısı birden az elliden fazla olamaz.
 - Temel sermayesi en az on bin TL olmalıdır.

- Bankacılık, sigortacılık ve borsa bankerliği ile uğraşamazlar.
- Şirkete getirilen sermaye için hisse senedi çıkarılamaz.
- Ortaklık payının tutarı ne olursa olsun, her ortağın bir payı bulunur.
- Ortaklık payının devri, genelde diğerk ortakların iznini gerektirir.
- Şirketin temel sermayesi, şirkete ilişkin zarf, kâğıt ve başka basılı evraklarda belirtilmiş olmalı ve şirket unvanının "limited şirket" kelimesini taşıması şarttır. (www.muhassebedersleri.com 2014)

4. TİCARİ KREDİ MÜŞTERİLERİN TİCARİ KREDİ ÜRÜN TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ANALİZİ

Bu çalışmada bir Türk bankasının İstanbul İli Avrupa Yakası'nda bulunan şubelerinin ticari müşterilerinin ticari kredi ürün tercihleri incelenmiştir. Müşteri tercihlerini etkileyen faktörlerin, değişkenlerin doğal şartları içinde gözlemlendiği ve ölçüldüğü bir alan araştırması yapılmıştır.

4.1. Literatür İncelemesi

Konu ile ilgili yapılmış uygulamalı çalışmalar değerlendirildiğinde farklı bakış açılarına rastlanılmıştır. Bankaların tüzel ya da ticari müşterilerinin kredi kullanım ürün tercihleri, banka tercihlerinde etkili olan faktörlerin tespiti ve değerlendirilmesi yapılmıştır. Kobilerin bankalardan kredi kullanım ile kredili mal alımı arasındaki seçimleri. Bankaların KOBİ'lerin kullandıkları kredi tutarlarına göre kurumsal ve perakende ayrımının yapılıp, yapılmaması. Kobilerin finansman sorunlarının çözümü için KOBİ'lere yönelik ürün ve hizmetlerin tasarlanması konularında çalışmalar yapılmıştır.

Berger and Gregory (2002) makalesi, ilişkili kredilerin iç işleyişi, bankaların organizasyonel yapıları için içermeleri ve küçük firmaların kredi ilişkilerinin müsait olmasında ekonomik çevreleri için şok etkilerine model oluşturmaktadır. Borç verme ilişkisi az bilginin, kredi memuru tarafından zamanla oluşan birikimine bağlıdır. Kredi memuru bu hafif bilginin deposudur, acente problemleri, birkaç yönetsel tabaka ile yakında tutulan organizasyonunun, küçük bir banka oluşumu tarafından en iyi çözümün olmasının organizasyonu boyunca oluşmuştur. Şoklar, teknolojik yenilikleri, düzenleyici vardiya rejimlerini, bankacılık sektöründe konsolidasyonu ve para politikası etkilerini analiz etmiştir. (Berger and Gregory 2002, F32-F53)

Demirhan 2004 yılında İzmir İl'indeki ticari kredi müşterilerinin banka tercihini etkileyen faktörlerin analizini tezi ile yapmıştır. Yapılan araştırmada İzmir İl Merkezi'ndeki bankaların ticari kredi müşterisi durumunda olan işletmelerin banka tercihinde etkili olan temel faktörlerin saptanarak, bu faktörler ile yine İzmir il

Merkezi'ndeki bankaların pazarlama departmanlarında çalışan personelin mevcut müşterilerinin bankalarını tercih etme nedenleri hakkındaki görüşleri arasında fark olup olmadığı belirlemek amaçlarını taşımaktadır.

Bu çalışma içerisinde işletmelerin kredi kullanma sıklıkları, en sık kullandıkları ticari kredi türü, ticari kredi kullanma amaçları, işletmede kredi kullanma kararını kimin verdiği, işletmelerin içinde bulundukları sektöre, istihdamlarına, cirolarına en sık kullandıkları kredi türüne göre, faiz ve komisyonları verdikleri önem derecelerinin banka tercihinde etkili olan faktörlerin farklılık gösterip, göstermediğinin saptanması yazılmış olan çalışmamız ile benzerlikler, ortak noktalar oluşturmaktadır.

Demirhan (2004) alan araştırmasında veri toplamada anket tekniği kullanılmıştır. İzmir İl'indeki ticari kredi müşterilerine ve bankaların ticari, kurumsal pazarlama departmanlarında çalışanlara olmak üzere iki ayrı gruba anket yapılmıştır. Anket örnekleme için İzmir Ticaret Odası'ndan alınan İzmir İl Merkezi'nde faaliyet gösteren üye işletmelerden 103 tanesi yer almıştır. Alan çalışması kapsamında 103 firma ve ticari kredi müşteri konumunda olan işletmelerin çalıştıkları bankalardaki ticari, kurumsal pazarlama departmanlarında çalışan 70 personele yüz yüze görüşme yolu ile anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Verilerin analizinde Statistical Package For The Social Sciences (SPSS 8,0) paket programı kullanılmıştır. Değerlendirmede ilk olarak frekans dağılımları kullanılmış daha sonra araştırma ile ilgili hipotezlerin test edilmesinde varyans analizi (ANOVA), t testi ve ki kare analizlerinden yararlanılmıştır. Alan araştırması kapsamında uygulanan her iki anket için oluşturulan hipotezlerin tümü 0,05 anlamlılık düzeyinde test edilmiştir.

Yapılan anket sonucunda elde edilenler kısaca özetlenirse; belirtilen firmalarda kredi kullandırım durumlarında %56 oran ile banka tercihinin işletme sahibi ya da ortaklarının gerçekleştirdiği, finansman veya mali işler müdürünün bulunduğu firmalarda karara bu kişilerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. İşletmelerin %79'u birden fazla banka ile çalışmaktadır. Birden fazla banka ile çalışan işletmelerde kredi faiz oranlarına ilişkin pazarlık etme imkânına sahip

olmanın önemli bir faktör olduğu öğrenilmiştir. Yapılan araştırma neticesinde firmalar açısından bankaların almış oldukları faiz ve komisyon oranlarının tercih faktörleri arasında başı çektiği anlaşılmıştır. İkinci önemli faktör ise işlemlerinin sorunsuz ve hatasız yürümesidir. Diğer kalan önemli faktörler olarak, kredilendirme sürecindeki işlem hızı, kredi verme kolaylığı ve bankanın güvenirliliği olarak sıralayabiliriz.

Yapılan çalışma ile Demirhan'ın 2004 yılındaki yapmış olduğu çalışmadaki firmalarda kredi kullanım kararını verenler, işletmelerin birden fazla banka ile çalışması sonuçları benzer, yakın değerler olduğu tespit edilmiştir. Anket örneklemindeki sektörler, işletmelerin türleri ve personel istihdamı farklı olduğu gözlemlenmiştir. Kredi kullanım tercihlerinde ise kullanım amaçları, sıklığı durumu ve faiz komisyon etkileri için benzer, işletmelerin kullandıkları kredi türleri farklı olarak kategorilendirilmiş olduğundan, çıkan sonuçlar da önemli derece farklılık olduğu tespit edilmiştir. (Demirhan 2004)

Datamonitor tarafından 2004 yılında, son yıllarda hızlı bir büyüme gösteren ve etkili bir rekabet alanı olan KOBİ Bankacılığını konu alan bir rapor yayınlanmıştır. Bu raporda, KOBİ'lerin bankacılık hizmetlerine daha hızlı ve kolay ulaşmalarını sağlayacak teknolojilerin Amerika'daki KOBİ'ler tarafından kullanım durumu ve sağlayacağı fırsatlar ortaya konulmuştur. Buna göre, KOBİ Bankacılığı, uzun banka kuyruklarına karşındır ve hizmetlerin daha kolay ve etkili bir şekilde ulaşmasını sağlayacak teknolojik çözümler sunmaktadır. Aynı yıl yine Datamonitor tarafından hazırlanan bir başka raporda ise, KOBİ bankacılığının Asya – Pasifik' teki durumu incelenmiş ve raporda KOBİ'lerin Asya ekonomisinin %95'ini oluşturduğu, ancak finansal işlemlerini geleneksel yöntemlerle yürüttükleri vurgulanarak, KOBİ Bankacılığının kapsamı ve gelişimi detaylarıyla açıklanmıştır. (Çelikkol, Çelikkol ve Koç 2008, 255)

Gülerdi 2005 yılındaki makalesinde, 9 – 11 Haziran 2005' te düzenlenen "Uluslararası KOBİ Destekleri Konferans ve Fuarı'nda, "KOBİ Bankacılığını; KOBİ'lerin güçlü ve zayıf yönleri, finansal sorunları, KOBİ Bankacılığında ne anlamalıyız? (unsurlar, beklentiler), KOBİ Bankacılığının temel sorunları (kredi değerliliğinin tespiti), KOBİ'lerin bankalardan beklentileri, KOBİ bankacılığında 4

temel başarı faktörü, KOBİ Bankacılığında beklenen 2 temel sorun (olası gelişmeler), teminatlama, kredi değerliliğinin tespiti (Basel II) başlıklarıyla ele almıştır. (Çelikkol, Çelikkol ve Koç 2008, 257)

Bilen'in 2005 yılındaki Kobilerde satıcı kredisi kullanımı ve bir anket isimli makalesinde, finansal yapısı yeterli olmayan Kobilerin finansal ihtiyaçlarını, mal alımları için gerekli olan finansmanı nasıl sağladıkları, satıcı kredisi kullanımının avantajları, dezavantajları, tercih edilme sebeplerini analiz etmek için, araştırma kapsamında Erzincan Ticaret ve Sanayi Odası'ndan alınan bilgiler ışığında, Erzincan İli'nde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren, 60 işletme seçilerek anket uygulanmıştır. Anketler Kobi sahip ve yetkilileriyle yüz yüze görüşmek suretiyle hem anketlerin doldurulması hem de konular üzerinde karşılıklı değerlendirmeler yapılmıştır.

Çalışma sonucunda, Kobilerin yetersiz öz kaynak ile çalışmaları nedeniyle maliyeti yüksek, formaliteleri fazla ve teminat koşulları ağır olan kısa vadeli banka kredisi kullanımını tercih etmedikleri, bunun yerine nakit sıkıntılarını çözmek için alımlarını kredili mal alımları şeklinde gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan araştırmalarda Kobilerin kredili alımlarının peşin alımlardan daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Ankette yer alan 60 işletmenin 52'sinin satıcı kredisi kullandığı, sadece 8'inin satıcı kredi kullanmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. (Bilen 2005, 295-302)

Dell' Ariccia ve Garibaldi (2005) makalelerinde, 1979 ve 1999 arasında bankacılık sistemi için kredi akış bütünlüğünü tahmin etmeye çalışmakta ve hatta dar tanımlanmış kredi kategorileri, banka büyüklük kategorileri ve bölgesel birimler içerisinde, döngünün herhangi bir aşamasında oldukça büyük olan akış bütünlüğünün bir arada var olduğunu göstermektedir. Brüt kredi akımlarının makroekonomik boyutlarını araştırmak için makale, toplam kredi akışlarının döngüsel davranışını çalışmak ve üç önemli konjonktürel gerçekleri belgelemektedir. Birinci olarak, fazla kredi yeniden tahsisinin dengeleyici olduğunu, ikinci olarak, gayri safi yurtiçi hasıladan daha geniş bir büyüklüğün bir talepten de daha büyük gözüken döngüsel volalitenin olması, üçüncü olarak, kredilerdeki daralmanın kredi genişlemesinden daha fazla volaliteye sahip olması. Bundan başka, 1991 resesyonu brüt akımlarının davranışı kalıcı olmayı akla getirmektedir ve tarihsel olarak yüksek kredi daralması,

nispeten daha az hafif konjonktürel krizin geleceğinin işaretidir. Sonuçlar, kredi genişlemesi ve kredi daralmasının asimetrik davranışını vurgulayıcı, birleştirici modelleri için bazı desteklere katkıda bulunmaktadır. (Dell'Ariccia and Garibaldi 2005, 665-685)

Choi ve Yungsan (2005) çalışmalarında, ayrıştırılmış panel verileri kullanılarak, bir parasal sıkılaştırma için yanıt olarak firmaların nasıl ticari kredi değiştirdikleri incelenmiştir. Ödenebilir hesaplar ve sıkı para politikası ile alacak hesaplarının artışında, ticari kredinin, bir kredi daralmasının etkisini absorbe eden firmalara yardım etkisi bulunmuştur. Dahası S&P 500 firmaları ve daha küçük firma gruplarının karşılaştırılması net ticari krediyi artırmakta, hem de sıkılaştırıcı politikasıyla azaltılmış likiditeyi telafi ettirmektedir. Her nasılsa, büyük firmaların daha küçük firmalardan daha aktif rol aldıklarına dair bir kanıt bulunmamıştır. (Choi and Kim 2005, 897-925)

Agarwal, Ambrose ve Liu (2006) çalışmalarında yer alan bilgiler; Kredi hattı elde etmek tüketicilerin veya işletmelerin karakteristik özellikleri hakkında bilinen iken, nispeten daha azı ise, onaylanmasından sonra kredi hattı kullanımının amprik olarak bilinmesidir. Bu çalışma borçlunun kredi kalitesi ve kredi hattı kullanımı konularında birbirleriyle ilişkili iki hipotezi test ederek o boşluğu doldurmaktadır. Amprik analizler, finansal esnekliği korumak için gelecekte kredi kalitesindeki bozulmalarındaki yükseklik ile borçluları doğrulamaktadır. Ayrıca, borçlu kredi kalitesi şokları için cevap olarak, borçlu kredi hattı kullanımındaki değişiklikleri önceden öngörülmesini doğrulayan bir rakip riskler modeli tahmin edilmektedir. (Agarwal, Ambrose and Liu 2006, 1-22)

2006 Tarihi'nde Macaristan'da "Orta ve Doğu Avrupa'da KOBİ bankacılığı" konulu bir panel düzenlenmiştir. Bu panelde, önemli bir büyüme gösteren KOBİ'lerin daha özel hizmetlere ihtiyaç duydukları ve bankaların KOBİ müşterilerinin büyüme beklentilerini destekleyecek ürünler geliştirmek zorunda oldukları tespitinde bulunulmuştur. (SME Banking In The Central and Eastern Europe. 2006) (Çelikkol, Çelikkol ve Koç 2008, 254)

Rao, Das and Singh (2006) çalışmalarında küçük ölçekli endüstri için ticari bankalar tarafından genişletilmiş çalışma sermayesinin yeterli olmaktan uzak olduğuna inanılmaktadır. Tamamlayıcı güvenlik geliri öncelikli sektörün bir parçası olmasına karşın, tüm planlanmış ticari bankaların toplam öncelikli sektör avansındaki payı 1992’de yüzde 39 civarındayken, 2004’te yüzde 24 civarlarına sürekli düşerek gelmiştir. Makalede, reform sonrası dönemde çalışma tamamlayıcı güvenlik geliri olanlarla olmayanları yüz yüze gelmesi için banka kredilerinin sektörel olarak tahsis edilmesindeki eğilimleri incelenmiştir. Makalede, banka grupları karşısında tamamlayıcı güvenlik geliri için bankadaki varyasyonları anlamak için bir girişimde de bulunmaktadır. Ve bununla birlikte, tamamlayıcı güvenlik geliri için kredilerde bankaların büyüklükleri ve performanslarının etkisine yer verilmiştir. Sonuçlar, tamamlayıcı güvenlik geliri avansları kötü borçlanmalarının yüksek oranı, ticari bankaların tamamlayıcı güvenlik geliri borçlanmalarındaki azalan payındaki sebeplerinden biri olacağını göstermektedir. (Rao, Das and Singh 2006, 1025-1033)

Akoten, Sawada ve Outsuka (2006), gelişmekte olan ülkelerde mikro ve küçük üretici kuruluşlar için akraba ve arkadaşlardan borç alma, dönen tasarruflar ve kredi birliktelikleri, mikro finans kuruluşları, ticari bankalardan oluşan kredi kaynakları çeşitliliği vardır. Nairobi’de konfeksiyon kümelerinde MSE’lerde bilginin birleşik bir setinin kullanıldığı, farklı kredi kaynaklarının girişinin belirleyici unsurlarını tanımlamak için girişimlerde bulunulması ve firma karlılığında onların etkisi ve büyümeden söz edilmektedir. Regresyon analizinin sonuçları faktörlerin kredi için belirleyici erişiminin bunların kurumlardaki performansı etkileyenden genellikle farklı olduğunu kanıtlamakta, kurum performansında sınırlı kredi erişiminin etkilerini göstermektedir. (Akoten, Sawada and Outsuka 2006, 927-944)

Kisgen (2006), bu makalede doğrudan sermaye yapısı kararlarına kredi reyting ölçülerinin etkisi incelenmiştir. Makalenin ana hattında farklı kredi reyting dereceleri olan firmaların ayırık maliyetleri ve öz kaynak finansman kararlarından bahsedilmektedir. Kredi derecelendirmesi yukarı veya aşağıya olan firmalar derecelendirmesi değişmeyen firmalardan öz kaynaklara sahip olmak için göreceli olarak daha az borca sahip olduğu belirtilmektedir. Bu tutum reyting değişikliklerinin ayırık maliyetleri (faydalar) ile uyumludur. Fakat geleneksel sermaye yapısı teorileri

ile izah edilemezdir. Sonuçlar, irdelemenin öncesindeki amprik testler için ve kapalı sermaye yapısı teorileri içinde devam niteliğindedir. (Kisgen 2006, 1035-1072)

Rodriguez (2006), tedarikçiler vasıtasıyla finansman genellikle ekonomi literatüründe ve özellikle kurum finansında az çalışılmış bir konudur. Birkaç hipotez bu fenomenin arkasındaki farklı sebepleri açıklaması için ileriye götürmesine rağmen, ticari kredi genel teori temelinde değildir. Bu çalışma, onların kredi piyasasında daha bağlandığından beri, potansiyel olarak bu finansman rotasını takip edecek firmalar, küçük ve orta büyüklükteki firmalar için ticari kredi kullanımını belirleyici faktörler hakkında amprik kanıt sağlamaktadır. 1990'dan 1996'ya Kanarya Adaları'nın bir panel kullanılarak ve sistem tahminleyicisi özellikleri vasıtasıyla, ticari krediler işlem maliyetleri gibi onların finansal destekçileri ve firmalar arasındaki asimetrik bilgi içerisinde bir azaltım için yön verdiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. (Rodriguez 2006, 103-126)

13-14 Aralık 2006 tarihlerinde gerçekleştirilen “KOBİ’lerde Sürdürülebilir Rekabet Gücü ve İnovasyon” konulu IV. KOBİ Zirvesi’nde, KOBİ Bankacılığı; “Dünya’da ve Türkiye’de KOBİ Bankacılığı, Basel II kriterleri, bankaların KOBİ’lere yönelik faaliyetleri, KOBİ finans payını arttırma yöntemleri, KOBİ’ler için bankacılık ve bankacılık dışı finansman yöntemleri” alt başlıklarında Erçel, Saraçoğlu, Uğraş, Dildar, Açıkalın, Aras, Sönmez, Savaş ve Boz tarafından ele alınmıştır. (Çelikkol, Çelikkol ve Koç 2008, 256)

Freel (2007), bu makale başarılı kredi başvurularının düşük derecesi ile yaratıcılığın ilişkili olması ölçeğinde ilgilidir. Çalışmada banka kredi başvurusunda bulunan 256 küçük firmanın örneklem büyüklüğünden yararlanılmıştır. Makale başarı ile uygulanan kredi başvurularını kayıt etmiş, yenilik için sunucu ölçülerinden bir sayının kullanımını tobit modellerin bir dizini (girdilerin, çıktılarının şartları içerisinde ve firma için ticari işareti) ve standart kontrolleri içerecek şekilde değerlendirmektedir. Genel olarak, model vekil tarafından bazı değişkenlerin olmasına rağmen, çoğu yenilikçi firmaların daha az yaratıcı akranlarına göre kredi piyasasında daha az başarılı olduğunu önermektedir. Dahası, az yenilikçiliğin iyi bir şey olacağına dair deneysel kanıt vardır. (Freel 2007, 23-35)

13-14 Aralık 2007 tarihleri arasında düzenlenen “Büyüme ve Kalkınma İçin Kobi Stratejileri” konulu V. KOBİ Zirvesi’nde Erçel KOBİ’lerin finansman darboğazları kapsamında Banka – KOBİ ilişkilerini, karşılıklı beklentileri ve yapılması gerekenleri, Dildar ise KOBİ Bankacılığında mevcut durum ve bu kapsamdaki yapılan faaliyetleri ele alınmıştır. (www.kobizirvesi.org.tr 2007)

Hazine Müsteşarlığı Dış Ekonomik İlişkiler Genel Müdürlüğü’nün Kasım 2007 Tarihli “KOBİ Kredileri İzleme Raporu (1999 – 2005)’nda, bankaların KOBİ Bankacılığını en gözde yatırım alanı olarak seçtikleri ve önceleri sadece birkaç kamu bankasının portföyüne aldığı KOBİ’lerin, günümüzde kamu ve özel tüm bankaların gündemindeki ilk sırayı oluşturduğu vurgulanmaktadır. (Çelikkol, Çelikkol ve Koç 2008, 256)

Öten’ in 2007 yılındaki çalışmasında, özellikle krizlerden sonra ve faizlerin düşmesiyle birlikte, KOBİ’lerin bankalar için potansiyeli yüksek müşteriler haline geldiğini ve bankaların müşteri tabanlarını genişletmek ve pazara daha derinlemesine girmek için büyümek istedikleri bu alana “KOBİ Bankacılığı” adını verdiklerini belirtmekte ve Basel II ile KOBİ Bankacılığı arasındaki ilişki üzerinde durmaktadır. (Çelikkol, Çelikkol ve Koç 2008, 256)

Çelikkol, Koç, Çelikkol tarafından yazılan 2008 yılındaki, Ticaret Bankacılığında Yeni Bir Boyut: Kobi Bankacılığı ve Türkiye Değerlendirmesi isimli makalelerinde, Kobilerin finans temelli sorunlarının çözümlenip, yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri ve gelişip büyümelerini sağlamada finans sektörünün ana aktörü olan bankaların KOBİ’lerle ilişkileri, KOBİ Bankacılığı ve başarı faktörleri ile Türkiye’ deki uygulamadaki durumdan söz edilmiştir.

Türkiye’ de KOBİ’lere yönelik bankacılık faaliyetlerinin mevcut durumunun ortaya konulabilmesi amacıyla, Mayıs 2007 itibariyle faaliyette bulunan toplam 25 adet (3 adet kamusal sermayeli, 14 adet özel sermayeli ve 8 adet yabancı sermayeli) Ticaret Bankasının web sitesi incelenmiş ve bu bankalar, sundukları hizmetler arasında “İşletme Bankacılığı”, “KOBİ Bankacılığı” ve “Kurumsal Bankacılık” tanımlamalarını kullananlar olarak üçlü bir ayırma gidilmiştir.

“KOBİ Bankacılığı” kapsamında sundukları ürün ve hizmetlerin; nakit yönetimi, tahsilat ve ödeme hizmetleri, yatırım ürünleri, girişim(cı) sermayesi, sabit ve değişken faizli kısa-orta ve uzun vadeli kredi destek paketleri, gayri nakdi krediler, taşıt hammadde, makine, teknolojik destek, işyeri ve yurtdışı fuar destek kredileri, sektörel destek ve çözümler, danışmanlık hizmetleri, şubesiz bankacılık, e-finance ve e-ticaret hizmetleri, sigorta, dış ticaret, faktöring, leasing ve franchising destek paketleri ile ticari kredi kartı gibi konularda yoğunlaştıkları görülmektedir.

Makalenin sonucunda, bankaların mevcut ürün ve hizmetlerini KOBİ müşterileri için geliştirmeleri gerektiği, KOBİ büyük işletme ayrımlarının henüz gelişim aşamasında olduğu, çalışmanın Kobi bankacılığı kapsamındaki işletmelere yönelik geliştirecekleri yeni ürün ve hizmetlerin tasarlanmasına yönelik olarak farklı boyutlarda yapılacak çalışmalara temel olacağı ifade edilmiştir.

Jimenez, Lopez ve Saurina (2009) çalışmalarında kredi hatlarının kurumsal finansmanın en baş kaynağı olduğundan beri, İspanyol kurumsal kredi hatlarının kapsamlı veri tabanlarından biri ile kullanımlarının belirleyicileri incelenmiştir. Bir hattın varsayılan yapısı, kötüleşmiş finansal şartlara sahip firmaların artışına itici anahtar bir faktördür. Önceki varsayılanları ile firmalar daha az kredi hatlarına erişirler. Bankaların firmaların kredi kullanımı etkilerini izlemesi önerilmektedir. Hat kullanımı kabaca ömrünün yılda %10 azalmasına neden olan yaşlandırıcı etkiye sahiptir. Bir firmanın bankacılık ilişkilerinin uzunluğu gibi, kreditorlerin karakteristikleri, bunların yanı sıra makroekonomik şartlar kullanım kararını etkiler. (Jimenez, Lopez and Saurina 2009, 5069-5098)

Tabuenca ve Espert (2010), bu makalelerinin amacı daha fazla geleneksel KOBİ destekleyici ölçüleri analiz etmektir. İspanyol teminat sistemi tarafından tahsis edilen teminatların tahsisidir. Bir karşı olgusal yaklaşım bir kamu politikasının sonucunu değerlendirmek için benimsenmiştir. Diğer incelenmiş ikili kontrol grupları gibi uzun vadeli finansal desteklerin vicdan muhasebesini yapan firmaların üçlü grupları şirketlere destek olurlar.(teminatlar, teminatlar ve tercihli finansmanlar veya sadece tercihli finansman). Sonuçlar, halk desteğinin ekonomik, finansal ve iş verimliliği dereceleri ile uygun olduğunu önermektedir. Avantajlar projeleri başarmak için kapasitenin kolaylaştırıldığı yerlerdeki başlıca zayıf firmalarda

gözlemlenilmiştir. Hatta onların teminat sistemine erişemeyen firmalar tarafından elde edilene benzer ilgili derecelere ulaşana kadar onların finansal maliyetlerini azaltamamalarına rağmen. (Tabuenca and Espert 2010, 113-128)

Sivri tarafından 2010 yılında yazılan, Bankacılık Sektöründe Ticari Kredi Pazarlaması ve Kredi Müşterileriyle ilişkiler konulu tezinde, ticari kredilerin pazarlanması, kredi fiyatlaması, kredi müşterileri ile olan ilişkiler ve kredilerin risk takibi konusunda araştırma yapılmıştır.

Bu çalışmayla hizmet sektöründe yer alan bankaların hizmet kalitesini ölçmeye çalışılmıştır. Çalışmada bir bankanın müşterileri arasından tesadüfî örnekleme yöntemiyle bir şubesinin 1000 ticari müşterisi arasından seçilen 50 ticari müşterisinin verdiği yanıtlar kullanılmıştır. Müşterilerin mükemmel bir hizmet firmasından beklentileri ile ilgili banka şubesinin vermiş olduğu hizmetin karşılaştırılarak, bu beklenti ve gerçekler arasındaki farkın belirlenmesi için anket uygulaması yapılmıştır.

Toplanan verilerin analizinde SPSS for Windows 15 programı kullanılmıştır. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları (Frekans, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) kullanılmıştır. Hipotez testlerinin analizinde ise eşleşmiş t-testi, bağımsız örneklem t-testi, Anova testi kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda, hizmet sektöründen faaliyet gösteren bankaların hizmetlerinden dolayı müşterilerinin beklentilerinin yeterli düzeyde karşılayamadığı görülmektedir. Bunun telafisi için gerekli önlemlerin alınması, personellerine teknik ve kişisel eğitim sağlanması, fiziksel imkânlarının iyileştirilmesi gibi çalışmalara daha fazla önem verilmesi gerektiği anlaşılmıştır. Bankaların müşteri tip ve özelliklerine göre hizmet algısı modeli geliştirmeleri gerekmektedir. Müşteri memnuniyeti ve ilişki bankacılığı hedeflemesinde bulunan bankaların kredi müşterileriyle ilişki modellemesi yapmaları gerekmekte ve bu konu uzun süreli ilişkiler dikkate alındığında önem arz ettiği tespit edilmiştir. (Sivri 2010)

Brown, et al. (2011) çalışmalarında, seçilmiş doğu Avrupa ülkelerindeki Doğu Avrupa firmalarının için banka kredisine erişimlerini karşılaştırmak için 20

ülkede 8.387 firmayı kapsayan anket verileri temeli bir çalışılma yapılmıştır. Analizler 5 ana sonucu ortaya çıkarmıştır. Birincisi, eğilimi uygulamak için firma derece belirleyicileri Doğu ve Batı Avrupa için benzerdir. Kullanmak için daha büyük gereksinimleri olan firmaların olduğu zamanlarda, küçük ve finansal olarak opak, alternatif finansal kaynaklara sahip firmalar çok daha azdır. Batı Avrupa ile karşılaştırılan Doğu Avrupa'daki firmaların borç alma uygulamaları oranın daha düşük olması yabancı bankaların ve kredi bilgi paylaşımının güç varlığı tarafından kısmen etkisi gibi gözükmemektedir. İkincisi, kredi kullanımı yapan bu firmalar nadiren ret edilirken, yabancı banka varlığı küçük firmalar arasında ret oranlarının yüksekliği ile ilişkilidir. Yüksek kredi onaylanması Doğu ve Batı Avrupa' da bir seçim etkisinin kısmen sonucu gözlemlenmiştir. İlk etapta az olan ret edilmiş bir başvuruya sahip olunması sonrasında fazlalaşmıştır. Yabancı banka varlığının devlet firmaları ve küçük firmalar arasındaki yüksek ret oranları ile ilişkili olduğu bulunmuştur. Üçüncüsü, firmaların iki bölge arasında güçlü kredi farklılığının uygulanamamasının nedenleri yer almaktadır. Olmayan adayların yüksek fraksiyonu kredi koşulları tarafından cesaretlendirilmiş gözükmemektedir bu da yüksek faiz oranları ve sert teminat şartlarıdır. Dördüncüsü, Doğu Avrupa'da kredi kısıtlamaları son yıllarda yumuşatılmıştır. 2005 yılında kredisi ret olan veya kullanması için teşvik edilen firmalar hala kredi kısıtlamaları olmasına rağmen 2008 yılında bir krediyi sahip olmak için daha çoktular. Özellikle kredi bilgi paylaşımı daha çok olan ülkelerde. Sonuç olarak, Doğu Avrupa' da özellikle kredisi ret olan veya kullanımı için teşvik edilen ARGE'ye yatırım yapan ve yeni ürün geliştirenler firmalar daha azdır. (Brown, et al. 2011, 93-130)

Doğan, Hatipoğlu, İskenderoğlu tarafından 2011 yılında yazılan Basel II Standartlarına Göre Sınıflandırılan Kurumsal ve Perakende Kobilerin Finansal Oranlarının Karşılaştırılması: İMKB İşletmeleri Üzerinde Bir İnceleme isimli makalelerinde, Basel II'nin öngördüğü standart çerçevesinde kurumsal ve perakende KOBİ'lerin finansal yapılarının benzerlik – farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Bu bağlamda 2005 – 2009 dönemleri arasında hisse senetleri İMKB' de işlem gören kurumsal ve perakende KOBİ'lerin likidite, mali yapı, varlık kullanımı, karlılık, büyüme ve borsa performansları oranları hesaplanmıştır. Daha

sonra kurumsal ve perakende Kobilerin finansal oranları arasında farklılık veya benzerlik olup olmadığı yapılan Levene (F) testi ve t testi kullanılarak incelenmiştir.

Çalışma sonunda, likidite oranlarının tamamı ve mali yapı oranlarının büyük çoğunluğunun istatistiksel açıdan farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Ancak varlık kullanım oranları, büyüme oranları ve borsa performans oranlarında istatistiksel olarak önemli sayılabilecek bir benzerlik veya farklılık bulunmamıştır.

Kobilerin likidite ve mali yapı oranlarının farklılık göstermesi, Basel II standartlarının Kobileri kurumsal ve perakende Kobi olarak sınıflandırması ve söz konusu işletmelere kullandırılan kredi fiyatının belirlenmesinde farklı hesaplamalara tabi tutulmasını destekler niteliğinde olduğu sonucuna ulaştırmıştır. (Doğan, Hatipoğlu ve İskenderoğlu 2011, 209-221)

Klapper, Laeven ve Rajan (2012) çalışmalarında, birlikte yapılan sözleşmelerin taraflarının genel karakteristik tanımlamalarını ve bu sözleşmelerin önemli şartlarını tanımlamak için yaklaşık olarak 30.000 ticari kredi sözleşmesi üzerinde yeni bir veri setinin kullanıldığı ifade edilmektedir. Oysa önceki çalışma, alıcı ve satıcı talimatının genellikle yalnızca bir tarafında kullanılmıştır. Alıcı satıcı çiftlerin ilk analizleri için izin verilmesi her iki çalışmada da kullanılmıştır. Aynı alıcı ve tedarikçi firmalar için çoklu sözleşmelere sahip olunmasındaki önemli bir farklılığın olması, bir firma sıradan cevabından ziyade, kredi şartlarının seçimini belirleyici zamanla değişmeyen firmanın karakteristiklerinin düzelmesine izin verilmesidir. Daha küçük tedarikçilerden uzun vadeler ile sözleşmeler alabilecek, daha geniş ve daha kredibilitesi olan alıcıların bulunması ve riskli alıcılar için önerilen erken ödeme eğilimi için indirimlerden bahsedilmektedir. (Klapper, Laeven and Rajan 2012, 838-867)

Yukarıda belirtilen çalışmalarda alan uygulaması olarak çoğunlukla veri toplanmasında firmalara anket çalışması görülmektedir. Bunun dışında paneller, toplantı, İMKB’de işlem gören firmalar, firmaların ve bankaların web siteleri, raporları, zirve notlarından yararlanılmıştır.

4.2. Araştırmanın Amacı

Bu tez kapsamında yapılan alan araştırmasının öncelikli amacı ticari kredi müşterilerinin ticari kredi ürün tercihlerini etkileyen faktörlerin tespit edilmesidir. Bu faktörler ile müşterilerin ihtiyacı olduğu, kullanımının müşteri için faydalı bulunduğu kredi ürünlerinin belirlenmesi ve müşterilerin tercih düzeylerinin saptanmasıdır.

Çalışmamızda aşağıdaki hususlar test edilmiştir;

- Firmaların sektörlerine, sektördeki tecrübesine, ortaklık yapısına, aktif büyüklüklerine, yıllık cirolarına, yıllık net karlarına, istihdam ettiği personel sayısına göre, müşterilerin hangi kredi ürününü tercih ettiğinin ve potansiyel olarak hangi ürünleri tercih edebileceğinin analiz edilerek belirlenmesi.
- Firmaların kredi ürün tercihinde çalışanlardan kim ya da kimlerin karar verdiğinin, kararı veren ya da verenlerin yaş ve eğitim düzeyleri ile kredi ürün tercihleri arasında bir ilişkinin olup olmadığının irdelenmesi.
- Firmaların bulundukları yer, faaliyetleri ile kredi ürün tercihleri arasındaki bağlantılarının olup olmadığının analiz edilerek saptanması.
- Firmaların finansal faaliyet yapıları ve işleyişlerinin kredi ürün tercihlerine etkisinin olup olmadığının belirlenmesi varsa sebeplerinin neler olabileceğinin saptanması.
- Firmaların, kredi kullanımı için bankalara sundukları teminatlar ile kredi kullanım sıklıkları, para birimi tercihleri, kredi türü ve kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir bağ olup olmadığının tespit edilmesi.

- Firmaların çalıştıkları bankalar ve kullandıkları kredi ürünleri ile kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığının tespiti.
- Dışsal faktörlerin firmaların kredi ürün tercihlerine etkisi ve bu etkinin boyutunun belirlenmesi.

4.3. Araştırmanın Yararı

Yapılan araştırma ile G. Bankası'nın ticari müşterilerinin G. Bankasından ve diğer bankalardan kullandıkları kredi kullanım tercihlerinin neler olduğunun, bankaların sundukları ürün çeşitliği, sundukları hizmetlerin müşteri tarafından nasıl algılandığının belirlenmesi açısından yol gösterici bir örnek oluşturacağı beklenilmektedir. Araştırmadan elde edilecek sonuçlarla hangi tür müşteriye hangi ürünlerin daha iyi sunulabileceği, müşterilere yönelik yeni ürünlerin belirlenebilmesi ve daha iyi hizmet verilebilmesi için katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Bu araştırmada müşteri portföyünden faydalanan bankanın ismi, gizlilik gereği kullanılmayacak ve bundan sonraki yazılarda G Bank olarak ifade edilecektir. Araştırma G. Bank'ın İstanbul İli Avrupa yakasında yer almakta olan, Çağlayan, Rumeli Caddesi, Nişantaşı, Elmadağ, Perpa ve Eyüp Şubesi ticari müşterilerine kota örnekleme yöntemi kullanılarak, 200 ticari müşterinin verdiği yanıtlarla ve kullanılan ölçeklerle sınırlıdır.

4.5. Araştırma İle İlgili Hipotezler

Araştırma için 25 adet Hipotez kurulmuş olup, numaralandırılarak sıralanmışlardır.

1) H0: Firmaların tercih ettikleri kredi ürünleri ile bulundukları sektörler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların tercih ettikleri kredi ürünleri ile bulundukları sektörler arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

2) H0: Farklı sektör tecrübesine sahip firmaların bankaların önerdiği kredi ürün tercihlerine karşı tutumlarında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

H1: Farklı sektör tecrübesine sahip firmaların bankaların önerdiği kredi ürün tercihlerine karşı tutumlarında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

3) H0: Farklı yıllık ciro değerlerine sahip firmalar arasında yıllık net karlarına göre anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

H1: Farklı yıllık ciro değerlerine sahip firmalar arasında yıllık net karlarına göre anlamlı farklılık bulunmaktadır.

4) H0: Firmalarda kredi kullanım kararını verenler, firmaların bulundukları sektördeki tecrübelerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmalarda kredi kullanım kararını verenler, firmaların bulundukları sektördeki tecrübelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

5) H0: Firmaların kredi kullanım kararını veren yetkilileri, çalıştırdıkları personel sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların kredi kullanım kararını veren yetkilileri, çalıştırdıkları personel sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

6) H0: Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için almış olduğu mal, hizmet alımları ve ihracatları ile kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri para birimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için almış olduğu mal ve hizmet alımları ve ihracatları ile kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri para birimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

7) H0: Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için almış olduğu mal, hizmet alımları ve ihracatları ile nakdi kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için almış olduğu mal, hizmet alımları ve ihracatları ile nakdi kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

8) H0: Firmaların mal ve hizmet alımları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mal ve hizmet alımları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

9) H0: Firmaların mal ve hizmet satışları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mal ve hizmet satışları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

10) H0: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçlarındaki yıllık nakit eksikliği gün sayılarının, kredi kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçlarındaki yıllık nakit eksikliği gün sayılarının, kredi kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

11) H0: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu yıllık borç miktarlarının, kredi kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu yıllık borç miktarlarının, kredi kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

12) H0: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçlarındaki yıllık nakit eksikliği gün sayılarının, kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçlarındaki yıllık nakit eksikliği gün sayılarının, kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

13) H0: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu yıllık borç miktarlarının, kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu yıllık borç miktarlarının, kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

14) H0: Firmaların teminatları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların teminatları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

15) H0: Firmaların bankalardan kullandıkları kredi türlerinin, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların bankalardan kullandıkları kredi türlerinin, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

16) H0: Firmaların çalıştığı banka sayılarının, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların çalıştığı banka sayılarının, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

17) H0: Firmaların mevcuttaki kredi ürün sayılarının, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların mevcuttaki kredi ürün sayılarının, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

18) H0: Bankaların firmalara kredi ürün tercihi önermesi ile firmada kredi kullanımına karar verenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Bankaların firmalara kredi ürün tercihi önermesi ile firmada kredi kullanımına karar verenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

19) H0: Firmaların döviz kur risklerini önemsemeleri ile firmaların girdi ve çıktıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların döviz kur risklerini önemsemeleri ile firmaların girdi ve çıktıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

20) H0: Firmaların faiz ve komisyon oranlarını önemsemeleri ile firmaların kredi kullanım amaçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların faiz ve komisyon oranlarını önemsemeleri ile firmaların kredi kullanım amaçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

21) H0: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların alışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların alışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

22) H0: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların satışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların satışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

23) H0: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

24) H0: Firmaların istedikleri kredi ürünü yerine bankanın önerdiği kredi ürünlerini kullanmalarının yıllık borç miktarlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

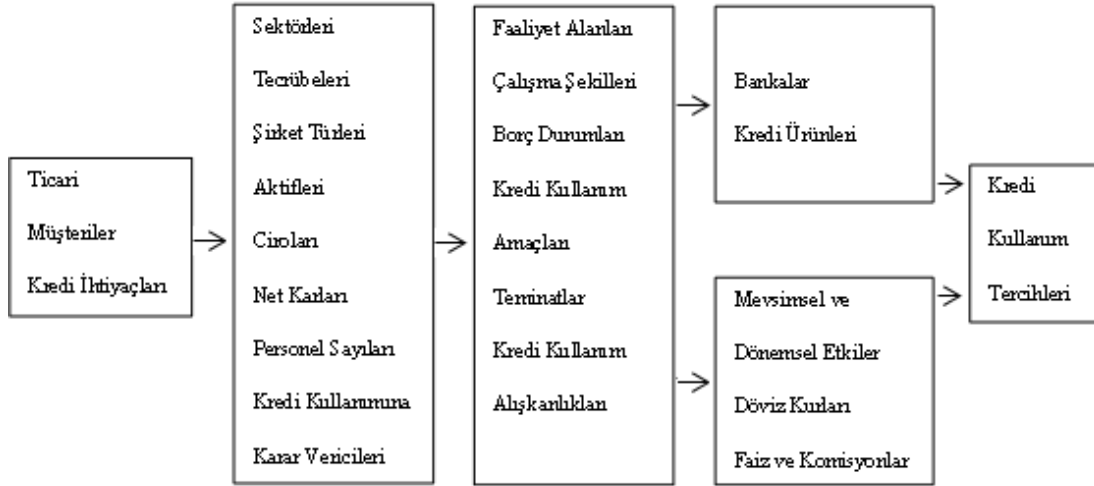
H1: Firmaların istedikleri kredi ürünü yerine bankanın önerdiği kredi ürünlerini kullanmalarının yıllık borç miktarlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

25) H0: Firmaların kendi tercih ettikleri kredi ürünlerini kullanmalarının, yıllık borç miktarlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların kendi tercih ettikleri kredi ürünlerini kullanmalarının, yıllık borç miktarlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

4.6. Araştırmanın Modeli

Araştırma, farklı finans yapısına sahip, bankaların ticari kredi müşterilerinin ticari kredi ürün tercihlerini bilinçli olarak yapmalarını ve bankaların müşterilerine kendileri için uygun olan kredi ürün tercihlerini iletmelerini ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirmiştir.



Şekil 5.1. Araştırmanın Modeli

4.6.1. Anketin Oluşturulması

Anket oluşturulması sırasında bulunan ile daha önce yapılmış çalışmalar ve modele uygun olarak düzenlenen anket ek1’de yer verilmiştir.

Ticari kredi müşterilerine yönelik hazırlanan anket ek1’de yer almaktadır. Anketin amaçları doğrultusunda işletmelerin bulundukları sektörler içerisindeki genel, ekonomik, ortaklık yapılarının, kredi kullanımı tercihinine karar veren mekanizmalarının, bulundukları yerlerin, faaliyet yapılarının, finansal yapılarının, kredi için teminatlarının, kredi kullanım alışkanlıklarının, çalıştığı bankalar ve kredi ürün sayılarının, dışsal faktörlerin kredi kullanım ürün tercihlerine etkilerini tespit etmek amacıyla 38 adet soru bulunmaktadır. Ankette yer alan soruların çoğunluğu çoktan seçmeli ve 5’li Likert ölçeğinden oluşan kapalı uçlu sorular olup, ikisi rakamsal değer içeren ve bir adedi de anketin sonunda yer alan açık uçlu sorulardan oluşmaktadır.

4.6.2. Örneklemenin Belirlenmesi

Alan araştırmasının kapsamı İstanbul İli Avrupa yakasındaki G. Bankasının şubelerinin ticari ve kredili müşterileri durumundaki firmalar oluşturmaktadır.

G Bankasının ticari kredi müşterisi durumundan olan işletmelere uygulanacak anket örneklem büyüklüğünü belirlemek için, ana kitledeki işletme sayısı tam olarak saptanamadığı için aşağıda yer alan formülden yararlanılmıştır.

$$n = \left\{ \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right\}^2 \Pi(1 - \Pi)$$

n= Örneklem sayısı

$Z_{\alpha/2}$ = t dağılımı eğrisi değeri

Π = geçmiş bilgilere göre kabul edilen hatalı ürün oranı

E= örneklem hata düzeyi

%95 güven aralığında 0,10 hata düzeyinde $\Pi = 0,50$ olarak alınarak örneklem büyüklüğü aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

$$n = \left\{ \frac{1,96}{0,10} \right\}^2 .0,50.(1-0,50) = 96,04$$

G Bankasının ticari müşterilerini hizmetleri sunmak adına 4 grubu ayırmasından ve ankette her grubun eşit dağılımının sağlanması amacıyla kota örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anketin güvenilirliğini artırmak amacıyla G. Bankasının İstanbul İli Avrupa yakasındaki 200 ticari şube müşterisine hazırlanan anket uygulanmıştır.

4.6.3. Alan Çalışması

Alan çalışmasına seçilen şubeler G. Bankasının kendi içerisindeki İstanbul İli ve dışındaki en büyük ticari müşterilerine sahip şubelerinden olup, anket çalışması günümüz bilgi çağında olmamızdan ve çoğu ticari firmanın banka işlemlerini artık mail üzerinden gerçekleştirildiğinden, mail üzerinden gerçekleştirilmiştir. Mail üzerindeki anket paylaşımına ilaveten telefon aracılığı ile de destek olunmuştur. Çok az sayıda yüz yüze müşterilerle anket çalışması da yapılmıştır. Örneklem gurubuna anket uygulaması Temmuz –Ağustos – Eylül 2014 aylarında gerçekleştirilmiştir.

4.6.4. Verilerin Analizinde İzlenen Yöntem

Anket yardımı ile firmalardan birincil olarak toplanan veriler “Statistical Package For The Social Sciences” (SPSS 16) paket programı ile inceleme ve değerlendirilmesi yapılmıştır. Anketteki örnekleme tanıtıcı bulguların tespitinde programın Frekans (Frequency), Çapraz (Crosstabs) Tablolar ve Descriptive analizinden yararlanılmıştır. Frekans (Frequency) analizi alınan cevaplardaki seçeneklerin ne kadar tekrarlandığını, sayısını ve yüzdesini ölçmemize yardımcı olmaktadır. Çapraz (Crosstabs) tablolarda ise farklı soruların cevaplarının Frekanslarının (Frequency) ikili karşılaştırılması tablolar oluşturulmaktadır. Descriptive’ de ise verilerin belirtici istatistiklerini ve asimetrik dağılım ölçüleri olan (Kurtosis), basıklık (Skewness) ölçüleri hesaplanmaktadır. Anketin güvenilirlik analizi için SPSS Programı’nın güvenilirlik analizlerinden Alpha modeli kullanılmıştır. Cronbach’s Alpha Likert ölçekli sorulara uygulanabilir, Cronbach’s Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında dağılımı gösterir. Negatif değer çıkması ölçeğin benzer özellikleri ölçmediğini göstermektedir. Alpha değerinin düşük çıkması testin homojen olmadığını birkaç özelliği bir arada ölçtüğünü gösterir.

Değerlendirme için literatürde;

_ < 0,500 kabul edilemez

_ > 0,500 zayıf

_ > 0,600 tartışmaya açık

_ > 0,700 kabul edilebilir

_ > 0,800 iyi

_ > 0,900 mükemmel

Belirtilen aralıklar, analizde çıkan değerlerin yorumlanması için kullanılmaktadır. (George ve Mallery 2003, 231)

Anket ile ilgili kurulan hipotezlerin testi için Ki Kare (Chi – Square) ve Varyans (ANOVA) analizi kullanılmıştır. Ki Kare (Chi – Square) analizi iki veya daha fazla ordinal (sıralı) veya nominal (kategorik) ölçekle ölçülmüş değişkenler arasında bağımlılık olup olmadığını tespit etmek için kullanılır. Çıkacak değerlerden $\text{Sig} < 0,05$ değişkenlerin bağımlı olduğunu, $\text{Sig} \geq 0,05$ ise değişkenlerin bağımlı olmadığını, “0 cells have expected count less than 5” ibaresi analizin kullanılmasında bir sakıncanın olmadığını işaret etmektedir. Significant değeri tablolarda anlamlılık düzeyi olarak ifade edilecektir. “df” olarak geçen degrees of freedom, tablolarda serbestlik derecesi olarak ifade edilmektedir. df’lerin kareleri alınıp toplandığında Ki-Kare dağılımı gösteren bağımsız standart normal değer sayısına ya da serbestlik derecesine ulaşılmaktadır.

Varyans (ANOVA) analizi birden fazla grubun ortalamasının aynı anda karşılaştırılması olarak tanımlanabilir. Tek yönlü varyans analizi (One - Way ANOVA)’da bağımsız bir değişkenin üç veya daha fazla değeri için değişken ortalamalarının eşit olup olmadıkları, yani farklılaşmalarının olup olmadıkları test edilmektedir. Çıkacak değerlerden $\text{Sig} < 0,05$ gruplar arasında farklılığın olduğunu, $\text{Sig} \geq 0,05$ grupların arasında farklılığın olmadığı anlamına gelmektedir. Significant ya da anlamlılık değeri tabloda p harfi ile ifade edilmiştir.. Tablodaki F değeri verilerdeki sistematik varyans miktarını sistematik olmayan varyansla karşılaştırmaktadır.

4.7. Araştırmadaki Firmaların Hakkındaki Bulgular

Bankaların ticari kredi müşteri durumundan olan işletmelerin ticari kredi ürün tercihleri ile ilgili alan araştırmasının bulguları işletmelerin genel özellikleri ile ilgili olanlarından başlayarak, sıra ile gösterilmiştir.

4.7.1. Firmaların Genel Özellikleri İle İlgili Bulgular

Ankette yer alan ilk 7 soru firmaların içinde bulundukları sektörleri, bulunduğu sektördeki tecrübeleri, ortaklık yapılarını ve aktif büyüklüklerini, yıllık cirolarını, yıllık net karlarını, çalıştırdıkları personel sayılarını bilmek amacı ile yönetilmiş olup, aşağıda sırasıyla bu sorulardan elde edilen bulguların tablolarına yer verilmiştir.

Tablo 4.1.'de banka müşterilerinin banka sisteminde yer alan sektör bilgi çeşitliliğinden yararlanılarak 25 adet sektör çeşitliliği sunulmuştur. Bu sektörlerden çevre sektörü anket müşterilerinin hiçbiri tarafından tercih edilmemiştir. Firmalardan bazılarının çalışmış oldukları sektör için birden fazla seçenek kullandıklarından 200 müşteri üzerine yapılan ankette bu soruya 232 adet cevap alınmıştır. Bulgular incelendiğinde büyük çoğunluğunun sırasıyla, tekstil, hazır giyim, deri (%11,64), elektrik ve elektronik (%11,21), metal (%11,21), ağaç işleri kâğıt ve kâğıt ürünleri (%8,62), inşaat (%8,19), sağlık ve sosyal hizmetler (%7,76) ve kimya, petrol, lastik, plastik (%6,47) olduğu görülmektedir.

Tablo 4.1. Firmaların Sektörel Dağılımı

Sektör	Frekans	Yüzde
Adalet ve Güvenlik	1	0,43
Ağaç işleri, kağıt ve kağıt ürünleri	20	8,62
Bilişim teknolojileri	8	3,45
Cam, çimento ve toprak	8	3,45
Eğitim	2	0,86
Elektrik ve elektronik	26	11,21
Enerji	1	0,43
Finans	6	2,59
Gıda	12	5,17
İnşaat	19	8,19
İş ve yönetim	3	1,29
Kimya, petrol, lastik, plastik	15	6,47
Kültür ve sanat	1	0,43
Maden	1	0,43
Medya, iletişim ve yayıncılık	9	3,88
Metal	26	11,21
Otomotiv	3	1,29
Sağlık ve sosyal hizmetler	18	7,76
Tarım, avcılık, balıkçılık	3	1,29
Tekstil, hazır giyim, deri	27	11,64
Ticaret (satış ve pazarlama)	7	3,02
Toplumsal ve kişisel hizmetler	2	0,86
Turizm, konaklama, yiyecek ve içecek	5	2,16
Ulaştırma, lojistik ve haberleşme	9	3,88
Toplam	232	100

Tablo 4.2.'de bulguları gösterilen anket çalışmasında firmaların büyük çoğunluğunun sırasıyla 10 ile 20 yıl arası (%38), 20 ile 40 yıl arası (%27), 5 ile 10 yıl arası (%15) sektörlerinde tecrübeli oldukları görülmüştür.

Tablo 4.2. Firmaların Sektörlerindeki Tecrübeleri

Sektör	Firmaların Sektöründeki Tecrübesi (Yıllık)							Toplam
	0 ile 1 Yıl Arası	1 ile 3 Yıl Arası	3 Yıl ile 5 Yıl Arası	5 ile 10 Yıl Arası	10 ile 20 Yıl Arası	20 ile 40 Yıl Arası	40 Yıldan Fazlası	
Adalet ve Güvenlik	0	0	0	1	0	0	0	1
Ağaç işleri, kağıt ve kağıt ürünleri	0	0	2	3	8	6	1	20
Bilişim teknolojileri	1	0	1	1	3	2	0	8
Cam, çimento ve toprak	0	0	0	1	4	3	0	8
Eğitim	0	0	0	0	2	0	0	2
Elektrik ve elektronik	0	3	1	7	9	6	0	26
Enerji	0	0	0	0	1	0	0	1
Finans	0	0	0	2	2	2	0	6
Gıda	0	0	1	0	10	1	0	12
İnşaat	0	3	2	2	5	5	2	19
İş ve yönetim	1	0	0	0	2	0	0	3
Kimya, petrol, lastik, plastik	0	0	2	2	2	6	3	15
Kültür ve sanat	0	0	0	0	1	0	0	1
Maden	0	0	0	0	1	0	0	1
Medya, iletişim ve yayıncılık	0	0	0	3	4	2	0	9
Metal	0	1	1	2	11	9	2	26
Otomotiv	0	0	0	0	1	1	1	3
Sağlık ve sosyal hizmetler	1	0	2	2	8	5	0	18
Tarım, avcılık, balıkçılık	0	0	0	1	1	1	0	3
Tekstil, hazır giyim, deri	0	0	7	5	10	5	0	27
Ticaret (satış ve pazarlama)	0	0	0	0	2	5	0	7
Toplumsal ve kişisel hizmetler	0	0	0	0	1	1	0	2
Turizm, konaklama, yiyecek ve içecek	0	0	2	0	1	2	0	5
Ulaştırma, lojistik ve haberleşme	1	1	1	1	2	3	0	9
Toplam	4	7	20	30	76	54	9	200
Yüzde olarak	2	3,5	10	15	38	27	4,5	100

Tablo 4.3.'de bulguları gösterilen anket çalışmasında firmaların büyük çoğunluğunun sırasıyla limited (%48,5), anonim (%44), şirket oldukları anlaşılmıştır. Elektrik ve elektronik, metal, tekstil hazır giyim, deri, inşaat, sağlık ve sosyal

hizmetler sektöründeki firmaların büyük çoğunluğu limited ve anonim şirket ortaklık yapısı ile faaliyet göstermektedir.

Tablo 4.3. Firmaların Ortaklık Yapıları

Sektör	Firmanın Ortaklık Yapıları				Toplam
	Limited Şirket	Anonim Şirket	Kollektif Şirket	Vakıf	
Adalet ve Güvenlik	1	0	0	0	1
Ağaç işleri, kağıt ve kağıt ürünleri	14	4	2	0	20
Bilişim teknolojileri	4	4	0	0	8
Cam, çimento ve toprak	5	3	0	0	8
Eğitim	1	0	0	1	2
Elektrik ve elektronik	14	11	1	0	26
Enerji	0	1	0	0	1
Finans	1	4	1	0	6
Gıda	6	4	2	0	12
İnşaat	7	12	0	0	19
İş ve yönetim	1	2	0	0	3
Kimya, petrol, lastik, plastik	6	9	0	0	15
Kültür ve sanat	1	0	0	0	1
Maden	0	1	0	0	1
Medya, iletişim ve yayıncılık	7	2	0	0	9
Metal	15	9	2	0	26
Otomotiv	0	3	0	0	3
Sağlık ve sosyal hizmetler	6	12	0	0	18
Tarım, avcılık, balıkçılık	0	3	0	0	3
Tekstil, hazır giyim, deri	17	6	4	0	27
Ticaret (satış ve pazarlama)	3	2	2	0	7
Toplumsal ve kişisel hizmetler	2	0	0	0	2
Turizm, konaklama, yiyecek ve içecek	2	3	0	0	5
Ulaştırma, lojistik ve haberleşme	6	3	0	0	9
Toplam	97	88	14	1	200
Yüzde olarak	48,5	44	7	0,5	

Tablo 4.4.'de bulguları gösterilen anket çalışmasında firmaların aktiflerinin 1.000.001 - 8.000.000 TL arası (%31,5), 0 - 1.000.000 TL arası ve 40.000.001 TL ve Üzeri (%23), 8.000.001 - 40.000.000 TL arası (%22,5) oldukları sonucuna varılmıştır.

Tablo 4.4. Firmaların Aktif Değerleri

Aktif Değerleri	Firma Sayısı	Yüzde Olarak
0 - 1.000.000 TL Arası	46	23
1.000.001 - 8.000.000 TL Arası	63	31,5
8.000.001 - 40.000.000 TL Arası	45	22,5
40.000.001 TL ve Üzeri	46	23
Toplam	200	100

Tablo 4.5.’deki bulgulardan firmaların büyük çoğunluğunun yıllık cirolarının 1.000.001 ile 100.000.000 TL arası olduğu, karları incelenecek olursa da 0 ile 1.000.000 TL arası yıllık karı olan firmaların çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Tablo 4.5. Firmaların Ciro ve Net Kar Değerleri

Firmaların Net Karları (Yıllık)	Firmaların Yıllık Ciroları				Toplam
	1 - 1.000.000 TL Arası	1.000.001 - 10.000.000 TL Arası	10.000.001 - 100.000.000 TL Arası	100.000.001 TL ve Üzeri	
0 - 100.000 TL Arası	34	25	4	0	63
100.001 - 1.000.000 TL Arası	2	34	24	2	62
1.000.001 - 10.000.000 TL Arası	0	0	19	5	24
10.000.001 TL ve Üzeri	0	0	3	6	9
-100.000 - -1 TL Arası	9	2	1	0	12
-1.000.000 - - 100.001 TL Arası	2	4	5	0	11
-10.000.000 - - 1.000.001 TL Arası	0	2	7	4	13
-Üzeri - 10.000.001 TL Arası	0	0	4	2	6
Toplam	47	67	67	19	200

Tablo 4.6.’daki sonuçlara göre ankete katılan firmaların büyük çoğunluğunun sırasıyla 11 – 50 arası (%35,50) ve 0 – 10 arası (%35) firma personellerine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.6. Firmaların Personel Sayıları

Personel Sayıları	Firma Sayısı	Yüzde Olarak
0-10 Arası	70	35
11-50 Arası	71	35,5
51-250 Arası	34	17
251 ve Üzeri	25	12,5
Toplam	200	100

**4.7.2. Kredi Kullanım Tercihlerini Gerçekleştiren Yönetici,
Yöneticilerinin Demografik Yapıları İle İlgili Bulgular**

Firmalarda kredi kullanım tercihini hangi düzeydeki personelin gerçekleştirdiği, bu personelin demografik özelliklerini öğrenmek amacıyla ilgili anketin 8, 9 ve 10. soruları bankanın müşterilerine yöneltilmiştir. Anketin yanıtlarından oluşan sonuçlar Tablo 4.7.'ye yer verilmiştir. Ankette 8, 9 ve 10. soruları cevaplayan kişilerin birden fazla seçeneği seçme alternatifi bulunduğundan, çıkan bulgulardaki cevap sayıları katılımcı sayısının üzerindedir. Firmada kredi ürün tercihine karar verenleri saptamaya yönelik 219 adet cevaptan 115 adedinin (%52,51) firma sahiplerini işaret ettiği görülmüştür. Karar vericilerin yaşları ile ilgili 247 adet cevapta, 41 ile 50 yaş arası 98 adet (%39,68) ve 51 ve üzerindeki için 88 (%35,63) adet seçeneklerinin tercih edildiği anlaşılmıştır. Yöneticilerin öğrenim düzeyi sorusu ile ilgili 246 adet cevaptan 112 (%45,53) adedi yöneticilerin üniversite mezunu olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4.7. Kredi Ürün Tercihine Karar Verenler, Yaşları ve Öğrenim Düzeyleri

Kredi Ürün Tercihine Karar Verenler	Firma Sayısı	Yüzde Olarak	Kredi Ürün Tercihini Yapan Yöneticilerin Yaşı	Firma Sayısı	Yüzde Olarak
Firma sahibi	115	52,51	30 yaş ve altındakiler	5	2,02
Yönetim kurulu	55	25,11	31 ile 40 yaş arasındakiler	56	22,67
Genel müdür	24	10,96	41 ile 50 yaş arasındakiler	98	39,68
Finansman müdürü	25	11,42	51 üzerindikiler	88	35,63
Toplam	219	100	Toplam	247	100
Kredi Ürün Tercihini Yapan Yöneticilerin Öğrenim Düzeyleri	Firma Sayısı	Yüzde Olarak			
İlköğretim	23	9,35			
Lise	61	24,80			
Lisans	112	45,53			
Yüksek Lisans	40	16,26			
Doktora	10	4,07			
Toplam	246	100			

4.7.3. Firmaların Faaliyet Alanlarına Göre Yapıları ve Merkezlerinin Bulunduğu İller İlgili Bulgular

Bu konuda yapılan çalışmanın sonuçlarına Tablo 4.8.'de yer verilmiştir. Ankette 200 müşteri olmasına karşın, firma faaliyet alanlarına ilişkin soruda birden fazla seçenek yer aldığından, cevaplanan değer sayısı 200 sayısının üzerinde olmuştur. Firma faaliyet alanlarına ilişkin soruya alınan toplam 283 cevabın büyük çoğunluğunun 138 adet (%48,76) ile satıcı firmalar olduğu görülmüştür. Firmaların merkezinin bulunduğu iller sorusuna ise 200 müşterinin hemen hemen tamamı (194 adet, %97) İstanbul ilini belirtmiştir.

Tablo 4.8. Firmaların Faaliyet Alanlarına Göre Yapıları ve Merkezlerinin Bulunduğu İller

Firmaların Faaliyet Alanlarına Göre Yapısı					
Firmaların Merkezinin Bulunduğu Şehirler	Üretici	Pazarlamacı	Satıcı	Toplam	Yüzde Olarak
İstanbul	101	40	134	194	97
Kocaeli	2	1	2	3	1,5
Antalya	0	0	1	1	0,5
Diğer İller	0	1	1	2	1
Toplam	103	42	138	200	100
Yüzde Olarak	36,40	14,84	48,76	100,00	

4.7.4. Firmaların Ürün ve Hizmetleri Nasıl Temin Ettiği ve Dış Ticareti İle İlgili Bulgular

Tablo 4.9.’daki bilgiler ışığında firmaların hammadde, yarı mamul vb. stok alımının hemen hemen yarısını ya da 103 adedinin (%51,5) TL olarak, 65 adedinin (%32,5) döviz olarak yapıldığı anlaşılmıştır. Yine bu firmaların 90 adedinin (%45) mamul ithalatı gerçekleştirdiği ve 72 adedinin (%36) ihracat yaptıkları saptanmıştır.

Tablo 4.9. Firmaların Hammadde, Yarı Mamul Vb. Stok Alımı ile İthalat ve İhracat Bilgileri

Firmaların Hammadde, Yarı Mamul, Mamul Vb. Stok Alımı					Firmaların İthalat (Mamul Olarak) ve İhracat Yapmaları				
		(Döviz)		Toplam			Firmanın İhracat Yapması		Toplam
		Yok	Var				Yok	Var	
(TL)	Yok	86	11	97	Firmanın İthalat Yapması (Mamul Olarak)	Yok	96	14	110
	Var	49	54	103		Var	32	58	90
Toplam		135	65	200	Toplam		128	72	200

4.7.5. Firmaların Alışlarını ve Satışlarını Hangi Ödeme Yöntemi İle Gerçekleştirdikleri İle İlgili Bulgular

Firmaların mal alımlarında sırasıyla %94'ü nakit, %55,5 i çek, %19'u kredi kartı ve %1,5'u barter ödeme şeklini kullanmaktadır. Firmaların satışlarında %98 nakit, %59,5 ile çek, %25,5 ile senet ve %1,5 ile barter ödeme şekli tercih edilmiştir. Sonuçlar Tablo 4.10.'da detaylı olarak sunulmuştur.

Tablo 4.10. Firmaların Alış ve Satışlarında Kullandıkları Ödeme Yöntemleri

Firma Alışlarını Gerçekleştirme Yöntemi	Firma Satışlarını Gerçekleştirme Yöntemi					Toplam
	Nakit	Çek	Senet	Kredi kartı	Barter	
Nakit	187	110	50	52	3	188
Yüzde Olarak	93,5	55	25	26	1,5	94
Çek	108	90	31	32	3	111
Yüzde Olarak	54	45	15,5	16	1,5	55,5
Senet	30	22	17	10	1	31
Yüzde Olarak	15	11	8,5	5	0,5	15,5
Kredi kartı	19	14	9	10	1	19
Yüzde Olarak	9,5	7	4,5	5	0,5	9,5
Barter	3	2	2	1	2	3
Yüzde Olarak	1,5	1	1	0,5	1	1,5
Toplam	196	119	51	55	3	200
Yüzde Olarak	98	59,5	25,5	27,5	1,5	100

4.7.6. Firmaların Dış Kaynaklardan Borç Alma Amacına Yönelik Bulgular

Anketin 19. sorusunda firmalara birden fazla seçme imkânı verildiğinden alınan cevap sayısı 411 adettir. Firmalar sırasıyla %28,22 ile yatırımını finanse etmek, %27,98 ile alacaklarını finanse etmek, %27,01 ile stokları finanse etmek amaçları başta olmak üzere dış kaynaklardan borçlanmakta ya da borçlanmayı düşünmektedir. İlgili ankete ilişkin sonuçlar Tablo 4.11. sunulmuştur.

Tablo 4.11. Firmaların Dış Kaynaklardan Borçlanma Amaçları

Firmaların Dış Kaynaklardan Borçlanma Amaçları	Firma Sayısı	Yüzde Olarak
Stokları finanse etmek	111	27,01
Alacakları finanse etmek	115	27,98
Vadesi gelen başka bir borcu ödemek	57	13,87
Yatırımını finanse etmek	116	28,22
Diğer	12	2,92
Toplam	411	100

4.7.7. Firmaların Dış Kaynak Gereksinim Süresi ve Yıllık Borç Miktarlarına Ait Bulgular

Anketin 20. ve 21. soruları müşterilerin sorulara daha bağımsız, sınırlama olmaksızın cevap verebilmeleri için banka müşterilerinin kendilerinin dolduracakları şekilde sunulmuştur. İstatistik çalışmasının daha kolay yapılabilmesi için anketlerin yanıtları alındıktan sonra verilen cevaplar gruplandırılmıştır.

Tablo 4.12.'de görüldüğü üzere, firmaların ne kadar süreyle dış kaynak kullanmış olduğuna ilişkin anket cevapları incelendiğinde; %25'lik kısmının dış kaynak kullanmadığı, %24,5'lik kısmın 93 gün ile 184 gün arası ve %21'lik kısmın 32 ile 92 gün arası dış kaynaklarında fon sağladığı, geriye kalan %29,5'i ise farklı vadeleri tercih ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 4.12. Firmaların Dış Kaynak Gereksinim Süresi ve Yıllık Borç Miktarları

Firmaların Dış Kaynaklardan Almış Olduğu Borçların Gereksinim Süresi	Firmaların Dış Kaynaklardan Almış Olduğu Yıllık Borç Miktarları (TL)					Toplam	Yüzde Olarak
	0	0 ile 1.000.000 TL Arası	1.000.001 - 10.000.000 TL Arası	10.000.001 - 100.000.000 TL Arası	100.000.001 ve Üzeri		
Yok	4	27	10	7	2	50	25
1- 7 Gün Arası	0	5	3	0	0	8	4
8 ile 31 Gün Arası	0	7	9	8	1	25	12,5
32 ile 92 Gün Arası	0	8	14	15	5	42	21
93 ile 184 Gün Arası	0	15	20	11	3	49	24,5
185 ile 366 Gün Arası	0	4	9	5	1	19	9,5
367 Gün ve Üzeri	0	2	4	1	0	7	3,5
Toplam	4	68	69	47	12	200	100
Yüzde Olarak	2	34	34,5	23,5	6	100	

Yıllık borç miktarı ile ilgili anket yanıtlarında ise yabancı kaynak kullanım ağırlığının %34,5'i 1.000.001 ile 10.000.000 TL, %34'ü 0 ile 1.000.000 TL ve %23,5'i 10.000.001 – 100.000.000 TL arasında yer aldığı gözlemlenmiştir.

4.8. Firmaların Kredi Tercihleri Hakkındaki Bulgular

Anketin geriye kalan 22 ile 38 arasındaki soruları firmaların kredi tercihleri hakkında istatistiksel bilgi toplamak amacı ile yönetilmiş olup, sonuçları aşağıda ifade edilmiştir.

4.8.1. Firmaların Kredi Kullanımlarındaki Teminatları İle İlgili Bulgular

Alınan 373 adet cevaptan firmaların %43,43'ünün kefalet, %23,32'sinin ipotek, menkul rehini, işletme rehini vb. %18,23'ünün çek, senet, alacağın temliki, vesaikler vb. ve geriye kalan 15,02'lik kısmın ise farklı teminat türlerini tercih ettikleri tesit edilmiştir. Cevaplara ilişkin istatistiki Tablo 4.13.'de sunulmuştur.

Tablo 4.13. Firmaların Kredi Kullanımına İlişkin Teminatlar

Firmaların Kredi Kullanımın Teminatları	Firma Sayısı	Yüzde Olarak
Nakit ve Likite Hemen Dönebilen	24	6,43
Teminat Mektupları, Banka Mevduat ve Bloke Çekleri	18	4,83
Çek, Senet, Alacağın Temliki, Vesaikler Vb.	68	18,23
Hisse Senedi	3	0,80
Kefalet	162	43,43
İpotek, Menkul Rehini, İşletme rehini Vb.	87	23,32
Açık	10	2,68
İyi niyet ve Güvence Mektuplar	1	0,27
Toplam	373	100

4.8.2. Firmaların Kredi Kullanım Sıklıkları Hakkındaki Bulgular

Anketin 23. sorusuna alınan cevaplardan firmaların çoğunluğunun, %63 oran ile herhangi bir kredi kullanım alışkanlığına sahip olmadığı, %37'lik kalan kısmının farklı kullanım zamanlamalarını tercih ettikleri görülmüştür. 23. sorunun cevapları ile ilgili detaylı liste Tablo 4.14.'de sunulmuştur.

Tablo 4.14. Firmaların Kredi Kullanım Sıklıkları

Firmalar Kredi Kullanımlarını Hangi Sıklıkta Yapmaktadır	Firma Sayısı	Yüzde Olarak
Haftada Bir	2	1
İki Haftada Bir	6	3
Ayda Bir	25	12,5
Üç Ayda Bir	4	2
Altı Ayda Bir	17	8,5
Yılda Bir	20	10
Belli Bir Sıklığı Yok İhtiyaç Olduğunda	126	63
Toplam	200	100

4.8.3. Firmaların Kredi Kullanımlarındaki Tercih Ettikleri Para Birimleri ve Kredi Türleri Hakkındaki Bulgular

Sunulan anketin 24. sorusu olan, firmaların kredi kullanımlarında tercih ettikleri para birimleri ve 25. sorusu olan, firmaların tercih ettikleri kredi türleri için yanıtlayıcılara birden fazla cevap seçeneği seçme imkânı verildiğinden alınan cevap sayıları ankete katılan sayısı olan 200'ün üzerinde çıkmıştır. İşletmelerin çoğunluğunu oluşturan %69'unun TL para birimini tercih ettikleri, %31'lik kısmının ise yabancı para birimini tercih ettikleri tespit edilmiştir. Firmaların bankalardan kullandıkları kredi türlerinde çoğunluğunun %59,5 oranı ile nakit, %32,5'i gayri nakit ve %8'lik kalan kısmının ise dış kredi türlerini tercih ettiği belirlenmiştir. İlgili sonuçlara ait istatistiki bilgi Tablo 4.15.'de yer almaktadır.

Tablo 4.15. Firmaların Kredi Kullanımlarındaki Para Birimi ve Kredi Türleri Tercihleri

Firmaların Kredi Kullanımındaki Para Birimi Tercihleri	Firmaların Bankalardan Kullandıkları Kredi Türleri			Toplam
	Nakdi	Gayri Nakdi	Dış Krediler	
Türk Lirası	179	79	14	272
Yüzde Olarak	66	29	5	100
Yabancı Para Birimi	56	49	19	124
Yüzde Olarak	45	40	15	100
Toplam	235	128	33	396
Yüzde Olarak	59,5	32,5	8	100

4.8.4. Firmaların Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Hakkındaki Bulgular

26. soruya ilişkin tercihlerle ilgili Tablo 4.16. incelendiğinde ilk üç büyük ağırlığı %19,86 ile orta ve uzun vadeli taksitli ticari krediler, %18,85 ile diğer krediler ve %13,92 ile borçlu cari hesap kredilerinin aldığı görülmektedir. Diğer krediler olarak belirtilen seçenek bankaların müşterilerine sundukları kredili mevduat hesap ve doğrudan tahsilat sistemi için bankanın her firma için özel tahsis etmiş

olduğu limitler dahilindeki eksiye dönen vadesiz hesaplara bağlı kredilerdir. Ankete katılan 7 firmanın ise hiç nakit kredi gereksinimi olmadığı bilgisi elde edilmiştir. Tablo 4.16.'da tüm kredi ürünleri için alınmış istatistiki veri yer almaktadır.

Tablo 4.16. Firmaların Nakdi Kredi Ürün Tercihleri

Firmaların Nakdi Kredi Ürün Tercihleri	Firma Sayısı	Yüzde Olarak
Yok	7	1,19
İskonto kredileri	25	4,24
İştira kredileri	16	2,72
Senet karşılığı avans kredileri	1	0,17
Döviz endeksli krediler	36	6,11
Spot krediler	46	7,81
Borçlu cari hesap kredileri	82	13,92
Emtia - ürün ve mal karşılığı krediler	1	0,17
Mevduat karşılığı krediler	1	0,17
Döviz tevdiat karşılığı krediler	2	0,34
İhracat kredileri	17	2,89
İthalat kredileri	3	0,51
Alacağın - istihkakın temliki karşılığı krediler	2	0,34
İpotek karşılığı krediler	40	6,79
Taşıt rehini karşılığı krediler	49	8,32
Spot döviz endeksli krediler	12	2,04
Gün içi krediler	10	1,70
Kurum tahsilatları ve takas çekleri nakit yönetim kredileri	11	1,87
Orta ve uzun vadeli taksitli ticari krediler	117	19,86
Diğer nakdi krediler	111	18,85
Toplam	589	100

4.8.5. Firmaların Gayri Nakdi ve Dış Kredi Ürün Tercihleri Hakkındaki Bulgular

Anketin 27. ve 28. soruları, firmaların gayri nakdi kredi ve yabancı kaynaklı kredi ürün tercihleri ile ilgilidir. Tablo 4.17.'den işletmelerin 105 adedinin ya da yaklaşık yarısının, hiçbir gayri nakdi ya da dış kredi kullanımının bulunmadığı ya da firmanın kullanmayı düşünmediği görülmüştür. Geriye kalan firmalardan gayri nakdi kredi ürün kullanan ya da kullanmaya düşünenlerinin %36,25'lik büyük kısmının teminat mektubunu, kalanların ise diğer gayri nakdi kredi ürünlerini seçtikleri tespit

edilmiştir. Yabancı kaynaklı, dış kredi kullanan ya da kullanmayı düşünen firmaların %13,75'lük oranı ile Eximbank kredi ürünlerini tercih ettiği, kalanların ise diğer dış kredi ürünlerini seçtikleri belirlenmiştir. Detaylı veriler Tablo 4.17.'de yer almaktadır.

Tablo 4.17. Firmaların Gayri Nakdi ve Yabancı Kaynaklı Kredi Ürün Tercihleri

Firmaların Gayri Nakdi Kredi Ürün Tercihleri	Firmaların Yabancı Kaynaklı Kredi Ürün Tercihleri				Toplam	Yüzde Olarak
	Yok	Exim	Hermes	İhracat Sigorta Kuruluşlarının Garantisi Kapsamında Kredi		
Yok	105	1	0	0	106	44,17
Teminat mektubu	65	18	4	0	86	36,25
Kontrgaranti mektubu	11	1	0	1	13	5,42
Akreditif garantileri	17	9	2	1	28	12,08
Kabul ve aval kredileri	0	4	0	1	5	2,08
Toplam	198	33	6	3	240	100
Yüzde Olarak	82,50	13,75	2,5	1,25		

4.8.6. Firmaların Çalıştığı Banka ve Kredi Ürünü Sayıları Hakkındaki Bulgular

Ankette yer alan 29. ve 30. sorularla firmaların çalıştıkları banka ve kredi ürünü sayısı ile firmaların kredi ürünlerine bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Firmaların büyük kısmının %45,5 oranı ile 4 ve üzeri banka ile çalıştığı ve %61,5 oranındaki çoğunluğundaki kredi ürün sayısının 4 ve üzeri sayıda olduğu sonuçları ortaya çıkmıştır. Detaylı veriler, Tablo 4.18.'de yer almakta olup, firmaların kredi ve kredi ürünlerine bağlı olarak yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4.18. Firmaların Çalıştığı Banka Sayıları ve Kredi Ürünü Sayıları

Firmaların Çalıştığı Banka Sayıları	Firmaların Mevcut Bankalardaki Kredi Ürünü Sayıları				Toplam	Yüzde Olarak
	1	2	3	4 ve Üzeri		
1	26	11	4	10	51	25,5
2	4	4	8	24	40	20
3	1	1	5	11	18	9
4 ve Üzeri	3	2	8	78	91	45,5
Toplam	34	18	25	123	200	100
Yüzde Olarak	17	9	12,5	61,5	100	

4.8.7. Firmaların Ticari Kart Kullanımları Hakkındaki Bulgular

Günümüzde firmalar için kredi ürünü olarak önemi artan ticari kredi kartları anketin 31. sorusunda yer almaktadır. Sonuçlar incelendiğinde nakit, gayri nakit ya da dış kredi ürünlerinden en az birini kullanan firmaların yarısından fazlasının, %65 oran ile ticari karta da sahip olduğu, %35 oranı ise ticari kartının bulunmadığı tespit edilmiştir. Ticari kartı olan %44'lük kısmının gerçekten ihtiyacı olmasından ve %21'lik kısmın ise bankaların satış odaklı çalışmalarının bir sonucu olarak bu kartlara sahip olduğu görülmüştür. Konuya ilişkin veriler Tablo 4.19.'da yer almaktadır.

Tablo 4.19. Firmaların Ticari Kart Kullanımları

Firmaların Ticari Kart Kullanımları	Firma Sayısı	Yüzde Olarak
Yok	70	35
İhtiyaç	88	44
Banka Önerisi	42	21
Toplam	200	100

4.8.8. Firmaların Kredi Ürün Tercihlerini Etkileyen Faktörler Hakkındaki Bulgular

Anketin 32 ile 35. soruları firmaların kredi ürün tercihlerini etkilediği düşünülen faktörleri ölçmek amacıyla kullanılmıştır. Firmaların mevsimsel ve dönemsel olarak kredi ürün tercihlerinin değişmesine verdikleri önem derecelerinin ortalaması, ankette ilgili sorunun “yansız” seçeneğine daha yakındır. Bu sonuç ankete katılan firmaların bulundukları sektörler itibari ile mevsimsel, dönemsel çalışmadıklarını işaret etmektedir. Kullanmayı düşündükleri kredilerdeki döviz kur riskinin etkisi önem derecesi ortalaması “vardır” seçeneğine yakındır. Çıkan ortalama derece firmaların dış piyasalarla bir şekilde ticaret ilişkisinin bulunduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Sonuçlar firmaların kredi tercihlerinde masrafların etkisinin önemli olduğunu göstermektedir. Kredi türü tercihlerinde bankanın firmalara öneri etkisi ortalaması “alırız” seçeneğine çok yakındır. Bu önem derecesi, bankanın kredi ürün tercihlerinde firmalara yaptığı yönlendirmelerinin etkisinin gayet başarılı olduğunu ifade etmektedir. 32 ile 35. sorularla ilgili alınan istatistikler Tablo 4.20.’de sunulmuştur.

**Tablo 4.20. Firmaların Kredi Ürün Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin
Dereceleri**

Faktörler	Firma Sayısı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Firmaların Mevsimsel Ve Dönemsel Olarak Kredi Ürün Tercihleri Değişmesi	200	1	5	2,58	1,05
Kullanmayı Düşündükleri Kredilerdeki Döviz Kur Riskinin Etkisi	200	1	5	2,28	0,98
Sadece Faiz ve Komisyon Oranları, Ücretlerinin Kredi Kullanım Tercihlerinde Etkisi	200	1	5	2,21	1,02
Kredi Türü Tercihlerinde Bankanın Firmalara Öneri Etkisi	200	1	4	2,15	0,75

4.8.9. Firmaların Kredi Ürün Tercihleri Hakkındaki Bulgular

Anketin 36. ve 37 sorularında firmaların kendilerinin kredi ürün tercihinin karar vermelerinin etkileri ölçülmek istenmiştir. Firmaların kendi tercih ettikleri kredi ürünlerini kullanmaları hakkındaki sorudan alınan cevapların ortalaması “isteriz” seçeneğine yakındır. Firmaların kredi kullanımlarında kendilerinin söz sahibi olma arzularının olduğu görülmüştür. Firmaların kendi istedikleri kredi ürünleri yerine bankaların önerdiği kredi ürünlerini kullanmaları ile ilgili sorulardan alınan cevapların ortalaması “bankanın önerisini kullanırız” seçeneğine yakındır. Bu sonuç, bankaların kredi kullanımlarında son sözün kendilerinde olduğunu göstermektedir. Tablo 4.21.’de ilgili sorulardan alınan istatistiki bilgiler bulunmaktadır.

Tablo 4.21. Firmaların Kredi Ürün Tercih Dereceleri

Firmaların Kredi Ürün Tercihleri	Firma Sayısı	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
Firmaların Kendi Tercih Ettikleri Kredi Ürünlerini Kullanmaları	200	1	4	2,16	0,76
Firmaların Kendi İstedikleri Kredi Ürünleri Yerine Bankaların Önerdiği, Kredi Ürünlerini Kullanmaları	200	1	4	2,14	0,74

4.8.10. Firmaların Finansal Kurumlardaki Kredi Ürün Çeşitliliğinin Yeterliliği Hakkındaki Görüşleri

Anketin 38. sorusuna alınan cevaplardan, 1 firma hariç diğer firmaların günümüz finansal kurumlarındaki kredi ürün çeşitliliğini yeterli buldukları sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu görüşe katılmayan, firma ise neden katılmadığını ya da olmasını istediği kredi ürününü ifade etmemiştir. Konuya ilişkin istatistiki sonuçlar Tablo 4.22.’de sunulmuştur.

Tablo 4.22. Firmaların Finansal Kurumlardaki Kredi Ürün Çeşitliliğinin Yeterliliği Hakkındaki Görüşleri

Firmaların Finansal Kurumlardaki Kredi Ürün Çeşitliliğinin Yeterliliği Hakkında Görüşleri	Firma Sayısı	Yüzde Olarak
Yeterli	199	99,5
Yetersiz	1	0,5
Toplam	200	100

4.9. Anketlerin Güvenilirlik Analizi

38 sorudan oluşan anketin güvenilirlik analizinin yapılabilmesi için SPSS Programının Güvenilirlik Analizlerinden Alpha Modeli aracılığı ile Likert ölçekli olarak düzenlenmiştir. Bunun için anketin 32, 33, 34, 35, 36, 37 nolu 6 adet sorusundan faydalanılmıştır. Tablo 4.23’de belirtildiği gibi, analiz sonucunda güvenilirlik için Cronbach’s Alfa değeri 0,807 çıkmıştır. %80,7 iyi derecede güvenilirlik değerleri arasında yer almaktadır. Detaylı istatistiki sonuçlar Tablo 4.24 ve Tablo 4.25.’de sunulmuştur.

Tablo 4.23. Durum İşlem Özeti ve Güvenilirlik İstatistiği

Durum İşlem Özeti	
Durumlar	Sayı
Geçerli	200
Dahil Edilmeyen	0
Toplam	200
Güvenilirlik İstatistiği	
Cronbach's Alpha	Öğelerin Sayısı
0,807	6

Tablo 4.24. Öge İstatistikleri

Öge İstatistikleri		
Öğeler	Ortalama	Standart Sapma
Kredi Türü Tercihinde Bankanın Firmaya Öneri Etkisi	2,145	0,746
Sadece Faiz ve Komisyon Oranları, Ücretlerinin Kredi Kullanım Tercihinde Etkisi	2,205	1,024
Kullanmayı Düşündüğü Kredide Döviz Kur Riskinin Etkisi	2,275	0,977
Firmanın Mevsimsel Ve Dönemsel Olarak Kredi Ürün Tercihleri Değişmesi	2,575	1,049
Firma Olarak İstedığınız Kredi Ürünü Yerine Bankanın Önerdiği, Kredi Ürünlerinin Kullanılması	2,140	0,744
Firmanın Kendi Tercih Ettiği Kredi Ürünü Kullanması	2,160	0,760

Tablo 4.25. Öge Toplam İstatistikleri

Öğeler Toplam İstatistikleri				
Öğeler	Eğer Öge Silinirse Ölçek Ortalaması	Eğer Öge Silinirse Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Öge - Toplam Korelasyon	Eğer Öge Silinirse Cronbach's Alpha
Kredi Türü Tercihinde Bankanın Firmaya Öneri Etkisi	11,355	11,074	0,605	0,772
Sadece Faiz ve Komisyon Oranları, Ücretlerinin Kredi Kullanım Tercihinde Etkisi	11,295	9,817	0,587	0,774
Kullanmayı Düşündüğü Kredide Döviz Kur Riskinin Etkisi	11,225	10,055	0,585	0,773
Firmanın Mevsimsel Ve Dönemsel Olarak Kredi Ürün Tercihleri Değişmesi	10,925	10,341	0,473	0,804
Firma Olarak İsteddiğiniz Kredi Ürünü Yerine Bankanın Önerdiği Kredi Ürünlerinin Kullanılması	11,360	11,015	0,621	0,769
Firmanın Kendi Tercih Ettiği Kredi Ürünü Kullanması	11,340	11,019	0,602	0,772

4.10. Araştırmadaki Firmaların Kredi Tercihleri Hakkındaki Hipotezlerin Sonuçları

Çalışmanın bu kısmında firmalara uygulanan anket için oluşturulan hipotezlerin testi ve sonuçları hakkında görüşler bulunmaktadır. Yapılan hipotezlerin anlamlılık düzeyi 0,05 olarak dikkate alınmıştır. Aşağıdaki 25 hipotezle ilgili sonuçlara sırasıyla yer verilmiştir.

4.10.1. Bulundukları Sektörler İle Kullandıkları Nakdi Kredi Ürünleri Tercihlerinin Karşılaştırılması

1) H0: Firmaların tercih ettikleri kredi ürünleri ile bulundukları sektörler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların tercih ettikleri kredi ürünleri ile bulundukları sektörler arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Firmaları içerisinde yer aldıkları sektörler ile kullandıkları nakdi kredi ürünleri arasında anlamlı bir ilişki ya da bağımlılık tabir edeceğimiz bir ilişkinin var olup, olmadığını anlamak için Ki Kare (Chi – Square) analizinden faydalanılmıştır. Analizde tüm sektörler ve nakit kredi ürünleri için anketin ilgili 1. ve 26. sorularının yanıtları incelenmiş olup, sadece Tablo 4.26.’daki veriler hipotezlerimizi test etmek için yeterliliğe bulunmuştur. Ki Kare (Chi – Square) analiz yeterliliğe sahip bütün sektörler ve nakit kredi ürünleri ile ilgili ortak hipotez aşağıda sunulmuştur

Tablo 4.26.’daki veriler incelendiğinde ağaç işleri, kâğıt ve kâğıt ürünleri sektörlerinde yer alan firmaların orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin Ki Kare (Chi – Square) anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olması nedeniyle, H0 hipotezi reddedilmiştir. Aralarında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu dair yeterli destek sağlanmasından dolayı H1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer borçlu cari hesap ve diğer nakdi kredi ürünleri için ise Ki Kare anlamlılık düzeyi 0,05 değerinin üzerinde yer aldığından H0 hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 4.26. Firmaların Bulundukları Sektörler İle Kredi Ürün Tercihleri
Arasındaki İlişkiler**

Ağaç İşleri, Kağıt ve Kağıt Ürünleri				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Borçlu Cari Hesap	200	0,147	1	0,701
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	9,082	1	0,003
Diğer Nakdi	200	3,421	1	0,064
Elektrik ve Elektronik				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Spot	200	2,217	1	0,137
Borçlu Cari Hesap	200	0,021	1	0,884
İpotek Karşılığı	200	1,337	1	0,248
Taşıt Rehini Karşılığı	200	0,635	1	0,426
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	0,008	1	0,929
Diğer Nakdi	200	0,058	1	0,809
Gıda				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Diğer Nakdi	200	1,965	1	0,161
İnşaat				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Borçlu Cari Hesap	200	2,477	1	0,116
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	1,072	1	0,301
Diğer Nakdi	200	2,959	1	0,085
Kimya				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Borçlu Cari Hesap	200	2,420	1	0,120
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	0,015	1	0,902
Diğer Nakdi	200	0,031	1	0,861

Metal				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Spot	200	0,000	1	0,992
Borçlu Cari Hesap	200	1,001	1	0,317
İpotek Karşılığı	200	2,166	1	0,141
Taşıt Rehini Karşılığı	200	7,575	1	0,006
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	2,616	1	0,106
Diğer Nakdi	200	1,182	1	0,277
Sağlık ve Sosyal Hizmetler				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Borçlu Cari Hesap	200	1,430	1	0,232
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	0,543	1	0,461
Diğer Nakdi	200	0,252	1	0,616
Tekstil, Hazır Giyim, Deri				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Spot	200	4,285	1	0,038
Borçlu Cari Hesap	200	0,758	1	0,384
İpotek Karşılığı	200	0,525	1	0,469
Taşıt Rehini Karşılığı	200	0,088	1	0,767
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	5,923	1	0,015
Diğer Nakdi	200	1,545	1	0,214

Elektrik ve elektronik sektöründe yer alan firmalar ile spot, borçlu cari hesap, ipotek karşılığı, taşıt rehini karşılığı, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin Ki Kare analizi sonucunda anlamlılık düzeyi 0,05 değerinin üzerinde çıkmıştır. Aralarında anlamlı bir ilişki bulunmadığı için H1 hipotezi reddedilmiştir.

Gıda sektöründe yer alan firmalar ile diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin Ki Kare analizi sonucunda anlamlılık düzeyi 0,05 değerinin üzerinde çıkmıştır. Bu nedenle, aralarında anlamlı bir ilişki bulunmadığından H0 hipotezi kabul edilmiştir.

İnşaat sektöründe yer alan firmalar ile borçlu cari hesap, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin Ki Kare analizi sonucunda anlamlılık düzeyi 0,05 değerinin üzerinde çıkmıştır. Dolayısı ile H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Kimya sektöründe yer alan firmalar ile borçlu cari hesap, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin Ki Kare analizi sonucunda anlamlılık düzeyi 0,05 değerinin üzerinde çıkmış olup, H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Metal sektöründe yer alan firmaların taşıt rehini karşılığı kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin Ki Kare anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı H0 hipotezi reddedilmiştir. Sonuçta aralarında anlamlı bir ilişkinin bulunmasına yeterli destek sağlandığından H1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer spot, borçlu cari hesap, ipotek karşılığı, orta uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürünleri için ise Ki Kare anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde yer almasından dolayı H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Sağlık ve sosyal hizmetler sektörlerinde yer alan firmalar ile borçlu cari hesap, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin Ki Kare (Chi – Square) analizi sonucunda anlamlılık düzeyi 0,05 değerinin üzerinde çıkmıştır. Aralarında anlamlı bir ilişki bulunmadığından H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tekstil, hazır giyim, deri sektörlerinde yer alan firmaların spot ve orta uzun vadeli (taksitli) kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin Ki Kare anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı H0 hipotezi reddedilmiş, aralarında anlamlı bir ilişkinin bulunduğundan H1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer borçlu cari hesap, ipotek karşılığı, taşıt rehini karşılığı ve diğer nakdi kredi ürünleri için ise Ki kare anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde yer almasından H0 hipotezi kabul edilmiştir.

4.10.2. Firmaların Bulundukları Sektörlerdeki Tecrübeleri İle Kredi Ürün Tercihlerinde Bankaların Önerilerine Karşı Tutumları

2) H0: Farklı sektör tecrübesine sahip firmaların bankaların önerdiği kredi ürün tercihlerine karşı tutumlarında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

H1: Farklı sektör tecrübesine sahip firmaların bankaların önerdiği kredi ürün tercihlerine karşı tutumlarında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Firmaların bulundukları sektördeki tecrübeleri ile çalışmış oldukları bankaların kendilerine önermiş olduğu kredi ürünlerine karşı tutumları, anketin 2. ve 32. sorularının yanıtlarının Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmesi ile analiz edilmiştir. Kurulan hipotez aşağıdaki gibidir:

Anketin 2. ve 32. sorularının yanıtları Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenerek firmaların sektör tecrübeleri ile bankaların önerdikleri kredi ürünlerine karşı tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığı hususu saptanılmıştır. Hipotez ile ilgili anket sonuçlarını içeren Tablo 4.27. incelenmiş, p değerinin 0,05'ten büyük olması nedeniyle H1 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4.27. Firmaların Sektörlerindeki Tecrübeleri İle Bankaların Önerdiği Kredi Ürün Tercihlerine Karşı Tutumları

Firmaların Sektörlerindeki Tecrübeleri (Yıllık)			
Önem Dereceleri	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Kesinlikle Alır	33	4,697	1,132
Alır	115	4,983	1,214
Yansız	42	4,548	1,501
Almaz	10	4,600	1,174
Toplam	200	4,825	1,270
F: 1,486			
p: 0,220			

4.10.3. Firmaların Yıllık Ciro Değerleri İle Yıllık Net Karlarına Göre Farklılığı

3) H0: Farklı yıllık ciro değerlerine sahip firmalar arasında yıllık net kârlarına göre anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

H1: Farklı yıllık ciro değerlerine sahip firmalar arasında yıllık net kârlarına göre anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Firmaların yıllık gerçekleştirdikleri ciro değerleri ile elde ettikleri yıllık net kâr arasındaki ilişki için anketin 5. ve 6. sorularının yanıtları Varyans Analizi (ANOVA) yöntemi ile incelenerek, saptanmıştır. Bu sorular ankette yanıtlayıcıları kısıtlamamak amacıyla açık uçlu bırakılmıştır. Net kâr Tablo 4.29, ciro değerleri Tablo 4.30.'daki gibi gruplandırılmıştır. Kurulan hipotez aşağıdaki gibidir:

Hipotez ile ilgili anket sonuçlarını içeren Tablo 4.28. incelendiğinde, p değerinin 0,05'ten küçük olması nedeniyle H0 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4.28. Firmaların Yıllık Ciro Değerlerinin Yıllık Net Kârlarına Göre Farklılığı

Firmaların Ciro Değerleri (Yıllık)			
Firmaların Net Karları (Yıllık)	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
-10.000.001 TL ve Altı	6	3,33	0,52
-10.000.000 ile 1.000.000 TL Arası	13	3,15	0,69
-1.000.000 ile 100.000 TL Arası	11	2,27	0,79
-100.000 ile 1 TL Arası	12	1,33	0,65
0 ile 100.000 TL Arası	63	1,52	0,62
100.001 ile 1.000.000 TL Arası	62	2,42	0,62
1.000.001 ile 10.000.000 TL Arası	24	3,21	0,41
10.000.001 ile Üzeri	9	3,67	0,50
Toplam	200	2,29	0,93
F: 39,812			
p: 0,000			

Tablo 4.29. Firmaların Yıllık Net Kârlarının Gruplandırılması

Firmaların Ciro Değerleri (Yıllık)
-10.000.001 TL ve Altı
-10.000.000 ile 1.000.0001 TL Arası
-1.000.000 ile 100.0001 TL Arası
-100.000 ile 1 TL Arası
0 ile 100.000 TL Arası
100.001 ile 1.000.000 TL Arası
1.000.0001 ile 10.000.000 TL Arası
10.000.001 ile Üzeri

Tablo 4.30. Firmaların Yıllık Ciro Değerlerinin Gruplandırılması

Firmaların Ciro Değerleri (Yıllık)
1- 1.000.000 TL Arası
1.000.001 ile 10.000.000 TL Arası
10.000.001 ile 100.000.000 TL Arası
100.000.001 ve Üzeri

4.10.4. Firmalarda Kredi Ürünü Tercihine Karar Veren Çalışanların Firmaların Sektörlerindeki Tecrübelerine Göre Farklılığı

4) H0: Firmalarda kredi kullanım kararını verenler, firmaların bulundukları sektördeki tecrübelerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmalarda kredi kullanım kararını verenler, firmaların bulundukları sektördeki tecrübelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların bulundukları sektördeki tecrübelerine göre kredi kullanımını karar veren çalışanların önemli bir farklılık gösterip göstermediği, anketin 2. ve 8. sorularının yanıtları saptanmıştır. Bu konuda Varyans Analizi (ANOVA) yapılmıştır. Hipotez kurulabilmesi ve analiz yapılabilmesi için ankette çoktan seçmeli olarak firmalara sorulan 8. soru anketten alınan cevaplara göre Tablo 4.32.'deki gibi gruplandırılmıştır.

Tablo 4.31.'de gösterilen ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0,05' in üzerinde kaldığı için yukarıda kurulan H0 hipotezi kabul edilmiş, firmaların kredi türü tercihlerinin aktif büyüklüklerine göre anlamlı bir farklılık bulunamadığı anlaşılmıştır.

Tablo 4.31. Firmalarda Kredi Kullanım Kararı Verenlerin Firma Sektör Tecrübelerine Göre Farklılığı

Firmalarda Kredi Ürünü Tercihini Karar Verenler			
Sektördeki Tecrübeleri	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
0 ile 1 Yıl Arası	4	2,00	0,82
1 ile 3 Yıl Arası	7	1,57	0,79
3 Yıl ile 5 Yıl Arası	20	1,75	1,74
5 ile 10 Yıl Arası	30	1,50	0,94
10 ile 20 Yıl Arası	76	2,03	1,67
20 ile 40 Yıl Arası	54	2,44	2,32
40 Yıldan Fazlası	9	3,33	1,73
Toplam	200	2,08	1,80
F: 1,890			
p: 0,840			

Tablo 4.32. Firmalarda Kredi Kullanım Kararı Verenler

Firmalarda Kredi Ürünü Tercihini Karar Verenler	
1	Firma Sahibi
2	Yönetim Kurulu
3	Genel Müdür
4	Finansman Müdürü
5	Genel Müdür ve Finansman Müdürü
6	Yönetim Kurulu ve Genel Müdür
7	Yönetim Kurulu ve Finansman Müdürü
8	Firma Sahibi ve Finansman Müdürü
9	Yönetim Kurulu, Genel Müdür ve Finansman Müdürü
10	Firma Sahibi ve Genel Müdür

4.10.5. Firmalarda Kredi Ürünü Tercihine Karar Verenlerin Firmaların Personel Sayılarına Göre Farklılığı

5) H0: Firmaların kredi kullanım kararını veren yetkilileri, çalıştırdıkları personel sayısına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların kredi kullanım kararını veren yetkilileri, çalıştırdıkları personel sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların çalıştırdıkları personel sayısına göre kredi kullanımına karar veren yetkililerinin farklılık gösterip göstermediği, anketin 7. ve 8. sorularından alınan cevaplardan, Varyans Analizi (ANOVA) yöntemi ile saptanmıştır. Hipotez kurulabilmesi ve analiz yapılabilmesi için anketin 8. sorusu 4.10.4.'deki benzer şekilde irdelenmiş ve analiz Tablo 4.32. gibi gruplandırılmıştır.

Tablo 4.33.'de görüldüğü gibi, ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin altında çıktığından yukarıda kurulan H0 ipotezi reddedilmiştir. Firmaların kredi kullanımına karar veren yetkililerinin, çalıştırdıkları personel sayılarına göre anlamlı farklılık gösterdiğine dair yeterli destek bulunmuştur.

Tablo 4.33. Firmaların Kredi Kullanım Kararını Verenlerin Firmaların Personel Sayılarına Göre Farklılığı

Firmalarda Kredi Kullanım Kararını Verenler			
Personel Sayısı	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
0-10 Arası	70	1,34	1,03
11-50 Arası	71	2,14	1,97
51-250 Arası	34	2,79	2,07
251 ve Üzeri	25	2,96	1,81
Toplam	200	2,08	1,80
F: 8,643			
p: 0,000			

4.10.6. Firmaların Faaliyetlerini Gerçekleştirebilmek İçin Almış Olduğu Mal Hizmet Alımları, İhracatları İle Kredi Kullanımlarındaki Para Birimi Tercihleri Arasındaki İlişki

6) H0: Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için satın almış oldukları mal ve hizmetler ile ihracatları ve kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri para birimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için satın almış oldukları mal ve hizmetler ile ihracatları ve kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri para birimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde firmaların hammadde, yarı mamul vb. stok alımları, firmaların ithalatları (mamul olarak), ihracatları ile kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri para birimleri arasında anlamlı bir ilişki ya da bağımlılık olup olmadığını anlamak için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analiz gerçekleştirebilmek için anketin ilgili 13, 14, 15, 16 ve 24. sorularının yanıtları incelenmiş olup, Tablo 4.34.'deki veriler hipotezlerimizi test etmek için yeterliliğe sahip bulunmuştur. 24. soruda firmalar birden fazla para birimi tercih edebildiklerinden gerekli Ki Kare analizinin yapılabilmesi için anketten alınan yanıtlar Tablo 4.35.'deki gibi gruplandırılmıştır. Ki Kare analiz yeterliliğine sahip bütün veriler ile ilgili ortak hipotez aşağıda sunulmuştur:

Tablo 4.34. Firmaların Faaliyetlerini Gerçekleştirebilmek İçin Satın Almış Oldukları Mal ve Hizmetler İle İhracatları Kredi Kullanımlarındaki Para Birimi Tercihleri Arasındaki İlişki

Firmaların Hammadde, Yarı Mamul, Vb. Stok Alımları (TL Olarak)				
Para Birimi	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
TL ve Döviz	200	1,676	2	0,433
Firmaların Hammadde, Yarı Mamul, Vb. Stok Alımları (Döviz Olarak)				
Para Birimi	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
TL ve Döviz	200	41,370	2	0,000
Firmaların İthalat Yapmaları (Mamul Olarak)				
Para Birimi	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
TL ve Döviz	200	31,384	2	0,000
Firmaların İhracat Yapmaları				
Para Birimi	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
TL ve Döviz	200	12,531	2	0,002

Tablo 4.35. Firmaların Kullanımlarındaki Para Birimi Tercihleri

Para Birimi
TL
Döviz
TL ve Döviz

Bu kapsamda firmaların hammadde, yarı mamul, vb. stok alımları ile kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri para birimleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Firmaların Türk Lirası olarak hammadde, yarı mamul, vb. stok alımları hariç diğer tüm karşılaştırmalarda Ki Kare anlamlılık düzeyinin 0,05'in altında yer almasından dolayı H0 hipotezleri reddedilmiştir. Firmaların Türk Lirası olarak hammadde, yarı

mamul, vb. stok alımları tercihlerin de ise bu sonuçların tam tersi değerler elde edilmiştir. Ki Kare değerinin 0,05'in üzerinde çıkmasından dolayı H0 hipotezi kabul edilmiştir.

4.10.7. Firmaların Faaliyetlerini Gerçekleştirebilmek İçin Satın Almış Oldukları Mal ve Hizmetler İle İhracatları Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki

7) H0: Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için satın almış oldukları mal ve hizmetler ile ihracatları nakdi kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için satın almış oldukları mal ve hizmetler ile ihracatları nakdi kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde firmaların hammadde, yarı mamul vb. stok alımları, firmaların ithalat yapmaları, ihracat yapmaları ile kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki ya da bağımlılık olup olmadığını anlamak için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analizleri gerçekleştirebilmek için anketin ilgili 13, 14, 15, 16 ve 26. sorularının yanıtları incelenmiştir. Tablo 4.36.'daki veriler hipotezlerimizi test etmek için yeterliliğe sahip bulunmuştur. Ki Kare analiz yeterliliğine sahip bütün mal ve hizmet alımları ile ihracatları ve nakdi kredi ürünlerine ilişkin hipotez aşağıda sunulmuştur:

Tablo 4.36.'daki veriler incelendiğinde firmaların Türk Lirası olarak hammadde, yarı mamul, vb. stok alımları ile borçlu cari hesap kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı H0 hipotezi reddedilmiştir. H1 hipotezi, aralarında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu dair yeterli destek sağlandığından, kabul edilmiştir. Diğer spot ve diğer nakdi kredi ürünleri için anlamlılık düzeyi 0,05 değerinin üzerinde yer aldığından H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4.36. Firmaların Faaliyetlerini Gerçekleştirebilmek İçin Satın Almış Oldukları Mal ve Hizmetler İle İhracatları Tercih Ettikleri Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki

Firmaların TL Olarak Hammadde, Yarı Mamul Vb. Stok Alımı				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Spot	200	0,323	1	0,570
Borçlu Cari Hesap	200	4,996	1	0,025
Diğer Nakdi	200	0,110	1	0,740
Firmaların Döviz Olarak Hammadde, Yarı Mamul Vb. Stok Alımı				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Döviz Endeksli	200	27,315	1	0,000
Firmaların İthalat Yapması				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Döviz Endeksli	200	26,066	1	0,000
İthalat	200	4,887	1	0,027
Spot Döviz Endeksli	200	7,579	1	0,060
Firmaların İhracat Yapması				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Döviz Endeksli	200	5,364	1	0,021
İhracat	200	33,030	1	0,000

Firmaların döviz olarak hammadde, yarı mamul, vb. stok alımları ile döviz endeksli kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında yer alması nedeni ile H0 hipotezi reddedilmiştir. H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Firmaların ithalat yapması ile spot döviz endeksli kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyi 0,05 değerinin üzerinde yer aldığından, H0 hipotezi kabul edilmiştir ve H1 hipotezi reddedilmiştir. Diğer döviz endeksli krediler ve ithalat kredileri arasında anlamlılık düzeyi 0,05 değerinin altında yer aldığından, H0 hipotezi reddedilerek, H1 hipotezini kabul etmek için yeterli destek bulunmuştur.

Firmaların ihracat yapması ile döviz endeksli ve ihracat kredisi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyleri 0,05 değerinin altında yer aldığından, H0 hipotezi reddedilerek, H1 hipotezi kabul edilmiştir.

4.10.8. Firmaların Mal Ve Hizmet Alımları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki

8) H0: Firmaların mal ve hizmet alımları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mal ve hizmet alımları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde firmaların mal ve hizmet alımları ile nakdi kredi kullanımlarındaki ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişkinin ya da bağımlılığın olup olmadığını anlamak için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analizleri gerçekleştirebilmek için anketin 17. ve 26. sorularının yanıtları incelenmiştir. Tablo 4.37.'deki veriler hipotezlerimizi test etmek için yeterliliğe sahip bulunmuştur. Ki Kare analiz yeterliliğine sahip bütün mal ve hizmet alım tercihleri ve nakdi kredi ürünleri ile ilgili hipotez aşağıda sunulmuştur:

Tablo 4.37.'deki veriler incelendiğinde firmaların mal ve hizmet alımlarını nakit olarak gerçekleştirmesi ile diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı H0 hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 4.37. Firmaların Mal ve Hizmet Alımları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri
Arasındaki İlişki**

Firmaların Mal ve Hizmet Alımı Nakit Yapması				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Diğer Nakdi	200	1,965	1	0,161
Firmaların Mal ve Hizmet Alımı Çek İle Yapması				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
İştira	200	4,669	1	0,031
Döviz Endeksli	200	4,905	1	0,027
Borçlu Cari Hesap	200	2,522	1	0,112
Spot	200	0,247	1	0,619
İskonto	200	6,944	1	0,008
İhracat	200	0,638	1	0,425
İpotek Karşılığı	200	0,182	1	0,669
Taahhüt Rehini Karşılığı	200	0,357	1	0,550
Spot Döviz Endeksli	200	0,041	1	0,839
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	1,378	1	0,240
Diğer Nakdi	200	0,470	1	0,493
Firmaların Mal ve Hizmet Alımı Senet İle Yapması				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Döviz Endeksli	200	0,460	1	0,831
Borçlu Cari Hesap	200	4,416	1	0,360
Spot	200	0,754	1	0,385
İpotek Karşılığı	200	0,010	1	0,922
Senet Karşılığı Avans	200	0,525	1	0,469
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	1.291	1	0,256
Diğer Nakdi	200	0,980	1	0,755
Firmaların Mal ve Hizmet Alımı Kredi Kartı İle Yapması				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Borçlu Cari Hesap	200	0,150	1	0,698
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	4,056	1	0,044
Diğer Nakdi	200	0,049	1	0,825

Firmaların mal ve hizmet alımlarını çekle gerçekleştirmesi ile iştir kredisi, dövize endeksli kredi ve iskonto kredisi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı H0 hipotezi reddedilmiştir. Diğer borçlu cari hesap, spot, ihracat, ipotek karşılığı, taşıt rehini karşılığı, spot dövize endeksli, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri için ise anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmaları nedeniyle H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Firmaların mal ve hizmet alımlarını senetle gerçekleştirmesi ile dövize endeksli, borçlu cari hesap, spot, ipotek karşılığı, senet karşılığı avans, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı H1 hipotezi reddedilmiştir.

Firmaların mal ve hizmet alımlarını kredi kartı aracılığıyla gerçekleştirmesi, bunun yanı sıra orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin araştırılması sonucu anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olduğu görülmüştür. Bu nedenle H0 hipotezi reddedilmiş, H1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer borçlu cari hesap ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri için ise anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından ötürü, H0 hipotezi kabul edilmiş, H1 hipotezi reddedilmiştir.

4.10.9. Firmaların Mal Ve Hizmet Satışları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki

9) H0: Firmaların mal ve hizmet satışları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mal ve hizmet satışları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde firmaların mal ve hizmet satışları ile nakdi kredi kullanımlarındaki ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını anlamak için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analizleri gerçekleştirebilmek için anketin 18. ve 26. sorularının yanıtları incelenmiş, Hipotezimizi test etmek için Tablo 4.38.'deki veriler

kullanılmıştır. Ki Kare analiz yeterliliğine sahip bütün mal ve hizmet satış tercihleri ile nakdi kredi ürünlerine ilişkin hipotezlere aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 4.38. Firmaların Mal ve Hizmet Satışları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki

Firmaların Mal ve Hizmet Satışlarını Çek İle Yapması				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
İştira	200	11,838	1	0,001
Döviz Endeksli	200	2,949	1	0,086
Borçlu Cari Hesap	200	14,968	1	0,000
Spot	200	0,311	1	0,577
İskonto	200	19,448	1	0,000
İhracat	200	0,004	1	0,953
İpotek Karşılığı	200	0,083	1	0,773
Taşıt Rehini Karşılığı	200	0,908	1	0,341
Spot Döviz Endeksli	200	0,410	1	0,839
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	15,312	1	0,000
Diğer Nakdi	200	0,000	1	0,990
Firmaların Mal ve Hizmet Satışlarını Senet İle Yapması				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Döviz Endeksli	200	6,040	1	0,014
Borçlu Cari Hesap	200	0,129	1	0,719
Spot	200	2,710	1	0,100
İskonto	200	0,635	1	0,425
İpotek Karşılığı	200	0,105	1	0,746
Taşıt Rehini Karşılığı	200	6,002	1	0,014
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	1,086	1	0,297
Diğer Nakdi	200	4,236	1	0,040
Firmaların Mal ve Hizmet Satışlarını Kredi Kartı İle Yapması				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Döviz Endeksli	200	0,138	1	0,711
Borçlu Cari Hesap	200	3,193	1	0,074
Spot	200	0,782	1	0,377
İskonto	200	0,004	1	0,952
İpotek Karşılığı	200	1,411	1	0,235
Taşıt Rehini Karşılığı	200	7,575	1	0,006
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	0,824	1	0,364
Diğer Nakdi	200	0,647	1	0,421

Tablo 4.38'deki veriler incelendiğinde firmaların mal ve hizmet satışlarını çekle gerçekleştirmesi ile iştir, borçlu cari hesap, iskonto, orta ve uzun vadeli (taksitli) nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı H0 hipotezi reddedilmiştir. Bunların yanı sıra dövize endeksli, spot, ihracat, ipotek karşılığı, taşıt rehini karşılığı, spot dövize endeksli ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri için ise anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı H0 hipotezi kabul edilmiş ve H1 hipotezi reddedilmiştir.

Firmaların mal ve hizmet satışlarını senetle gerçekleştirmesi ile borçlu cari hesap, spot, iskonto, ipotek karşılığı, orta ve uzun vadeli (taksitli) nakit kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı H1 hipotezi reddedilmiştir. Döviz endeksli, taşıt rehini karşılığı ve diğer nakdi kredi ürünleri arasında ise anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında çıkmasından dolayı H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Firmaların mal ve hizmet satışlarını kredi kartıyla gerçekleştirmesi ile dövize endeksli, borçlu cari hesap, spot, iskonto, ipotek karşılığı, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi nakit kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinden olmasından ötürü H1 hipotezi reddedilmiştir. Taşıt rehini karşılığı kredide ise anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde bulunmasından ötürü H1 hipotezi kabul edilmiştir.

4.10.10. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredilerin Kullanım Süreleri ve Almış Olduğu Borçlarındaki Yıllık Kredi Kullanım Sıklıklarına Göre Farklılığı

10) H0: Firmaların dış kaynaklardan sağladığı kredilerin kullanım süreleri almış olduğu borçlarındaki yıllık nakit kredi kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların dış kaynaklardan sağladığı kredilerin kullanım süreleri almış olduğu borçlarındaki yıllık nakit kredi kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçların kullanım sürelerinin kredi kullanım sıklıklarına göre önemli farklılık gösterip göstermediği konusu anketin 20. ve 23. sorularından alınan cevaplarının Varyans Analizi (ANOVA) incelemesi ile saptanmaya çalışılmıştır. Yanıtlayıcılardan alınacak cevapları sınırlandırmamak ve tespitleri daha iyi yapabilmek adına sorunun cevabı açık uçlu bırakılmıştır. Anketin 20. sorusu hipotez kurulabilmesi ve analiz yapılabilmesi için Tablo 4.40.'daki gibi gruplandırılmıştır.

Tablo 4.39.'da gösterildiği üzere ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin üzerinde çıktığından yukarıda kurulan H0 hipotezi kabul edilmiştir. Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçların kullanım sürelerinin kredi kullanım sıklıklarına göre önemli farklılık gösterdiğine dair yeterli destek bulunamamıştır.

Tablo 4.39. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredilerin Kullanım Sürelerinin Almış Olduğu Borçlarındaki Yıllık Kredi Kullanım Sıklıklarına Göre Farklılığı

Firmaların Dış Kaynaklardan Almış Olduğu Nakit Borçlanması Kullanım Süresi (Yıllık)			
Sıklık	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Haftada Bir	2	3,50	0,70
İki Haftada bir	6	3,16	0,40
Ayda Bir	25	2,88	1,53
Üç Ayda Bir	4	3,75	0,50
Altı Ayda Bir	17	2,47	1,90
Yılda Bir	20	2,40	1,87
Belli Bir Sıklığı Yok İhtiyaç Halinde	126	2,49	1,92
Toplam	200	2,59	1,82
F: 0,661			
p: 0,681			

Tablo 4.40. Firmaların Kredi Kullanım Sıklıkları

Gün Sayıları
0
1 - 7 Gün Arası
8 - 31 Gün Arası
32 - 92 Gün Arası
93 - 184 Gün Arası
185- 366 Gün Arası
367 ve Üzeri

**4.10.11. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredi Tutarlarının
Almış Olduğu Yıllık Borç Kredi Kullanım Sıklıklarına Göre
Farklılığı**

11) H0: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu yıllık borç miktarları, kredi kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu yıllık borç miktarları, kredi kullanım sıklıklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların dış kaynaklardan sağlamış olduğu yıllık borç miktarlarının, kredi kullanım sıklıklarına göre önemli farklılık gösterip göstermediği, anketin 21. ve 23. Soruları ile test edilmiştir. Alınan cevaplar Varyans Analizi (ANOVA) incelemesi ile analiz edilmiştir. Yanıtlayıcılardan alınacak cevapları sınırlandırmamak ve tespitleri daha iyi yapabilmek adına anket sorusunun yanıtları açık uçlu bırakılmıştır. Anketin 21. sorusu hipotez kurulabilmesi ve analiz yapılabilmesi için Tablo 4.42.'daki gibi gruplandırılmıştır.

Tablo 4.41.'de gösterildiği üzere ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin üzerinde çıktığından, H0 hipotezi kabul edilmiştir. Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu yıllık borç miktarlarının, kredi kullanım sıklıklarına göre önemli farklılık gösterdiğine dair yeterli destek bulunamamıştır.

Tablo 4.41. Firmaların Dış Kaynaklardan Almış Olduğu Yıllık Borç Miktarlarının Kredi Kullanım Sıklıklarına Göre Farklılığı

Firmaların Dış Kaynaklardan Almış Olduğu Borç Miktarı (Yıllık)			
Sıklık	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Haftada Bir	2	3,00	0,00
İki Haftada Bir	6	2,50	0,84
Ayda Bir	25	2,04	0,84
Üç Ayda Bir	4	1,25	0,50
Altı Ayda Bir	17	1,88	1,05
Yılda Bir	20	1,70	0,86
Belli Bir Sıklığı Yok İhtiyaç Halinde	126	2,00	0,97
Toplam	200	1,98	0,95
F: 1,447			
p: 0,199			

Tablo 4.42. Firmaların Yıllık Borç Miktarları

Yıllık TL Borç Miktarları
0 - 1.000.000 TL Arası
1.000.001 - 10.000.000 TL Arası
10.000.0001 - 100.000.000 TL Arası
100.000.000 TL ve Üzeri

4.10.12. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredi Kullanım Sürelerinin Kredi Türlerine Göre Farklılığı

12) H0: Firmaların dış kaynaklardan sağladığı kredilerin kullanım süreleri kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların dış kaynaklardan sağladığı kredilerin kullanım süreleri kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçların kullanım sürelerinin kredi türlerine göre önemli farklılık gösterip göstermediği, anketin 20. ve 25. sorularından alınan cevaplarla test edilmiştir. Yanıtlar Varyans Analizi (ANOVA) ile irdelenmiştir. Yanıtlayıcılardan alınacak cevapları sınırlandırmamak ve tespitleri daha iyi yapabilmek için yanıtlar açık uçlu bırakılmıştır. Analiz için 4.10.10.'daki

hipotez Tablo 4.40.'daki gibi bir gruplandırılmadan faydalanılmış, 25. sorusu için ise Tablo 4.44.'dekine benzer gruplandırılma yapılmıştır.

Tablo 4.43.'de gösterildiği üzere ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin altında çıktığından H1 hipotezi kabul edilmiştir. Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçların kullanım sürelerinin kredi türlerine göre önemli farklılık gösterdiğine dair yeterli destek bulunmuştur.

Tablo 4.43. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredilerin Kullanım Sürelerinin Almış Olduğu Borçlarındaki Yıllık Kredi Türlerine Göre Farklılığı

Firmaların Dış Kaynaklardan Kullanmış Olduğu Nakit Kredilerin Kullanım Süreleri (Yıllık)			
Kredi Türleri	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Nakdi	108	2,44	1,92
Gayrinakdi	7	1,00	1,91
Nakdi ve Gayrinakdi	61	3,00	1,67
Nakdi ve Dış	4	1,75	2,06
Hepsi	17	2,64	1,22
Gayrinakdi ve Dış Krediler	3	3,66	1,15
Toplam	200	2,59	1,82
F: 2,275			
p: 0,049			

Tablo 4.44. Kredi Türleri

Kredi Türleri
Nakdi
Gayrinakdi
Nakdi ve Gayrinakdi
Nakdi ve Dış
Hepsi
Gayrinakdi ve Dış Krediler

4.10.13. Firmaların Dış Kaynaklardan Sağladığı Kredi Tutarlarının Almış Olduğu Yıllık Borç Kredi Türlerine Göre Farklılığı

13) H0: Firmaların dış kaynaklardan sağladığı kredi tutarları kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların dış kaynaklardan sağladığı kredi tutarları kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu yıllık borç miktarlarının, kredi türlerine göre önemli farklılık gösterip göstermediği hususu, anketin 21. ve 25. sorularından alınan cevaplarla test edilmiş ve aralarındaki ilişki Varyans Analizi (ANOVA) incelemesi ile saptanmaya çalışılmıştır. Yanıtlayıcılardan alınacak cevapları sınırlandırmamak ve tespitleri daha iyi yapabilmek adına anketin 21. sorusu açık uçlu bırakılmıştır. 21. soru ve 4.10.11. hipotezi için Tablo 4.42. ve 25. soru ve 4.10.12. hipotezi için Tablo 4.44.'deki gruplandırılmalarından faydalanılmıştır.

Tablo 4.45.'de gösterildiği üzere ANOVA testinin anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin altında çıktığından H0 hipotezi reddedilmiştir. Dolayısı ile firmaların dış kaynaklardan almış olduğu yıllık borç miktarlarının, kredi türlerine göre önemli farklılık gösterdiğine dair yeterli destek bulunmuştur.

**Tablo 4.45. Firmaların Dış Kaynaklardan Almış Olduğu Yıllık Borç
Miktarlarının Kredi Türlerine Göre Farklılığı**

Firmaların Dış Kaynaklardan Kullanmış Olduğu Borç Miktarı (Yıllık)			
Kredi Türleri	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Nakdi	108	1,60	0,82
Gayrinakdi	7	1,57	0,98
Nakdi ve Gayrinakdi	61	2,41	0,86
Nakdi ve Dış	4	3,25	0,50
Hepsi	17	2,53	0,94
Gayrinakdi ve Dış Krediler	3	2,66	0,58
Toplam	200	1,98	0,95
F: 11,492			
p: 0,000			

4.10.14. Firmaların Teminatları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki

14) H0: Firmaların teminatları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların teminatları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde firmaların kredi için kullandıkları teminatları ile nakdi kredi kullanımlarındaki ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki ya da bağımlılık olup olmadığını anlamak için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analizleri gerçekleştirebilmek için anketin 22. ve 26. sorularının yanıtları incelenmiştir. Tablo 4.46.'daki veriler hipotezlerimizi test etmek için yeterli bulunmuştur. Ki Kare analiz yeterliliğine sahip bütün kredi teminatları ve nakdi kredi ürünleri ile ilgili hipotezler aşağıda belirtilmiştir:

Tablo 4.46.'daki veriler incelendiğinde firmaların nakit ve nakde dönebilen kredi kullanım teminatları ile spot, borçlu cari hesap, taşıt rehini karşılığı, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı, H0 hipotezi kabul edilmiştir. H1 hipotezlerini kabul etmek için yeterli destek bulunamamıştır.

Tablo 4.46. Firmaların Teminatları İle Nakdi Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki

Firmaların Nakit ve Likite Hemen Dönebilen Teminat İle Kredi Kullanımları				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Spot	200	1,698	1	0,193
Borçlu Cari Hesap	200	0,138	1	0,710
Taşıt Rehini Karşılığı	200	3,854	1	0,050
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	0,000	1	0,986
Diğer Nakdi	200	1,032	1	0,310

Firmaların Teminat Mektupları, Başka Banka Teminat Mektupları ve Bloke Çeki Teminatı İle Kredi Kullanmaları				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Borçlu Cari Hesap	200	1,430	1	0,232
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	7,690	1	0,006
Diğer Nakdi	200	0,979	1	0,322
Firmaların Çek, Senet, Alacağın Temliki, Vesaikler, Exim Sigorta Alacakları ve B Tipi Yat. Fonu Teminatı İle Kredi Kullanmaları				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
İskonto	200	42,832	1	0,000
İştira	200	27,668	1	0,000
Döviz Endeksli	200	3,420	1	0,064
Spot	200	0,701	1	0,403
Borçlu Cari Hesap	200	11,390	1	0,001
İhracat	200	0,908	1	0,341
İpotek Karşılığı	200	0,022	1	0,881
Taşıt Rehini Karşılığı	200	1,344	1	0,246
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	6,201	1	0,013
Diğer Nakdi	200	0,143	1	0,705
Firmaların Kefalet Teminatı İle Kredi Kullanmaları				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Döviz Endeksli	200	0,155	1	0,694
Spot	200	0,291	1	0,589
Borçlu Cari Hesap	200	2,817	1	0,093
İpotek Karşılığı	200	0,073	1	0,787
Taşıt Rehini Karşılığı	200	0,937	1	0,333
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	5,194	1	0,023
Diğer Nakdi	200	1,256	1	0,262
Firmaların İpotek, Menkul Rehini, İşletme Rehini, Garanti Fonu, Şirket Teminat Mektupları Teminatı İle Kredi Kullanmaları				
Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
İskonto	200	0,840	1	0,359
İştira	200	2,554	1	0,110
Döviz Endeksli	200	0,380	1	0,538
Spot	200	0,464	1	0,496
Borçlu Cari Hesap	200	5,836	1	0,016
İhracat	200	0,041	1	0,840
İpotek Karşılığı	200	35,037	1	0,000
Taşıt Rehini Karşılığı	200	47,058	1	0,000
Spot Döviz Endeksli	200	0,537	1	0,464
Orta ve Uzun Vadeli (Taksitli)	200	19,119	1	0,000
Diğer Nakdi	200	13,317	1	0,000

Firmaların teminat mektupları, başka banka teminat mektupları ve bloke çeki teminatları ile orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı H0 hipotezi reddedilmiş, H1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer borçlu cari hesap ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olması nedeniyle H0 hipotezi kabul edilmiş, H1 hipotezi reddedilmiştir.

Firmaların çek, senet, alacağın temliki, vesaikler, Eximbank sigorta alacakları ve B tipi yatırım fonları teminatları ile iskonto, iştirak, borçlu cari hesap ve orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı H0 hipotezi reddedilmiştir. H1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer dövizde endeksli, spot, ihracat, ipotek karşılığı, taşıt rehini karşılığı ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olması nedeni ile H0 hipotezi kabul edilmiş. H1 Hipotezi reddedilmiştir.

Firmaların kefalet teminatı ile orta ve uzun vadeli kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı, H0 hipotezi reddedilmiş, H1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer dövizde endeksli, spot, borçlu cari hesap, ipotek karşılığı, taşıt rehini karşılığı ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı H0 hipotezi kabul edilerek H1 hipotezi reddedilmiştir.

Firmaların ipotek, menkul rehini, işletme rehini, garanti fonu, şirket teminat mektupları teminatları ile borçlu cari hesap, ipotek karşılığı, taşıt rehini karşılığı, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı, H0 hipotezi reddedilmiştir. H1 hipotezini kabul etmek için yeterli destek bulunmuştur. Diğer iskonto, iştirak, dövizde endeksli, spot, ihracat ve spot dövizde endeksli kredi ürün tercihleri arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı H0 hipotezi kabul edilmiş olup, H1 hipotezi reddedilmiştir.

4.10.15. Firmaların Kullandıkları Kredi Türlerinin Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı

15) H0: Firmaların bankalardan kullandıkları kredi türleri, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların bankalardan kullandıkları kredi türleri, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların bankalardan kullandıkları kredi türlerinin, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği, anketin 4. ve 25. sorularından alınan cevaplarla test edilmiş ve aralarındaki ilişki Varyans Analizi (ANOVA) incelemesi ile saptanmaya çalışılmıştır. Yanıtlayıcılardan alınacak cevapları sınırlandırmamak ve tespitleri daha iyi yapabilmek için 25. soru açık uçlu bırakılmıştır. Anketin 4.10.12. hipotezindeki Tablo 4.44. gruplandırılmasından faydalanılmıştır.

Tablo 4.47.'de gösterildiği üzere ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin altında çıktığından, yukarıda kurulan H0 hipotezi reddedilmiştir. Firmaların bankalardan kullandıkları kredi türlerinin, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık gösterdiğine dair yeterli destek bulunmuştur.

Tablo 4.47. Firmaların Kullandıkları Kredi Türlerinin Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı

Firmaların Bankalardan Kullandığı Kredi Türleri			
Aktif Büyüklükleri	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
0 - 1.000.000 TL Arası	46	1,65	1,52
1.000.001 - 8.000.000 TL Arası	63	1,86	1,46
8.000.001 TL - 40.000.000 TL Arası	45	3,02	1,79
40.000.001 TL ve Üzeri	46	3,91	1,74
Toplam	200	2,55	1,84
F: 20,744			
p: 0,000			

4.10.16. Firmaların Çalıştığı Banka Sayılarının Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı

16) H0: Firmaların çalıştığı banka sayıları, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların çalıştığı banka sayıları, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların çalıştığı banka sayılarının, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği, anketin 4. ve 29. sorularından alınan cevapları, Varyans Analizi (ANOVA) incelemesi ile saptanmaya çalışılmıştır.

Tablo 4.48.'de gösterildiği üzere ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin altında çıktığından H0 hipotezi reddedilmiştir. Dolayısı ile firmaların çalıştığı banka sayılarının, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık gösterdiğine dair yeterli kanıt bulunmuştur.

Tablo 4.48. Firmaların Çalıştığı Banka Sayılarının Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı

Firmaların Çalıştığı Banka Sayıları			
Aktif Büyüklükleri	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
0 - 1.000.000 TL Arası	46	1,46	0,84
1.000.001 ile 8.000.000 TL Arası	63	2,95	1,13
8.000.0001 TL - 40.000.000 TL Arası	45	3,18	1,11
40.000.001 TL ve Üzeri	46	3,33	1,10
Toplam	200	2,75	1,27
F: 30,745			
p: 0,000			

4.10.17. Firmaların Kredi Ürün Sayılarının Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı

17) H0: Firmaların kredi ürün sayıları, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların kredi ürün sayıları, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların çalıştığı banka sayılarının, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği, anketin 4. ve 30. sorularından alınan cevapların Varyans Analizi (ANOVA) incelemesi ile saptanmaya çalışılmıştır.

Tablo 4.49.'de gösterildiği üzere ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin altında çıktığından H0 hipotezi reddedilmiştir. Bundan firmaların kredi ürün sayılarının, aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık gösterdiği anlaşılmıştır.

Tablo 4.49. Firmaların Kredi Ürün Sayılarının Aktif Büyüklüklerine Göre Farklılığı

Firmaların Kredi Ürün Sayıları			
Aktif Büyüklükleri	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
0 - 1.000.000 TL Arası	46	2,13	1,20
1.000.001 ile 8.000.000 TL Arası	63	3,43	1,06
8.000.001 TL - 40.000.000 TL Arası	45	3,29	1,04
40.000.001 TL ve Üzeri	46	3,80	0,58
Toplam	200	3,19	1,17
F: 24,202			
p: 0,000			

4.10.18. Bankaların Firmalara Kredi Ürün Önermesi İle Kredi Kullanımına Karar Verenler Arasındaki İlişki

18) H0: Bankaların firmalara kredi ürün önerisi ile firmada kredi kullanımına karar verenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Bankaların firmalara kredi ürün önerisi ile firmada kredi kullanımına karar verenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde bankaların kredi ürün tercih önerileri ile firmada kredi kullanımına karar verenler arasında anlamlı bir ilişkinin ya da bağımlılığın olup olmadığını anlamak için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analizler için anketin 8. ve 32. sorularının yanıtları incelenmiştir. Tablo 4.50.'deki veriler hipotezi test etmek için yeterliliğe sahip bulunmuştur. Ki Kare analiz yeterliliğine sahip bütün firmalarda kredi kullanımına karar verenler ile ilgili hipotezlere aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 4.50.'deki veriler incelendiğinde bankaların firmalara kredi ürün önermesi ile genel müdürler ve finansman müdürlerinin kredi kullanımına karar vermesi arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olması nedeniyle H0 hipotezi kabul edilmiş. H1 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4.50. Bankaların Firmalara Kredi Ürün Önermesi İle Firmada Kredi Kullanımına Karar Verenler Arasındaki İlişki

Kredi Türü Tercihinde Bankanın Firmaya Önerisi				
Firmada Kredi Kullanımına Karar Verenler	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Genel Müdür	200	7,147	3	0,067
Finansman Müdürü	200	6,498	3	0,090

4.10.19. Firmaların Döviz Kuru Risklerini Önemsemeleri İle Firmaların Girdi ve Çıktıları Arasındaki İlişki

19) H0: Firmaların döviz kuru risklerini önemsemeleri ile firmaların girdi ve çıktıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların döviz kuru risklerini önemsemeleri ile firmaların girdi ve çıktıları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde firmaların döviz kuru risklerini önemsemeleri ile firmaların girdi ve çıktıları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı saptanmıştır. Bunun için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analizleri gerçekleştirebilmek için anketin ilgili 13, 14, 15, 16. ve 34. sorularının yanıtları incelenmiştir. Tablo 4.51.'deki veriler hipotezi test etmek için yeterliliğe sahip bulunmuştur. Ki Kare analiz yeterliliğine sahip bütün firmaların girdi ve çıktıları ile ilgili hipotezler aşağıda gösterilmiştir:

Tablo 4.51.'deki veriler incelendiğinde firmaların döviz kuru risklerini önemsemeleri ile Türk Lirası ve döviz olarak hammadde, yarımamül, vb. stok alımları, ithalat ve ihracatları arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı H0 hipotezi kabul edilmiş, H1 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4.51. Firmaların Döviz Kur Risklerini Önemsemeleri İle Firmaların Girdi Ve Çıktıları Arasındaki İlişki

Firmaların Döviz Kur Riskini Önemsemesi				
Firmaların Girdileri ve Çıktıları	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Hammadde, Yarımamül Vb. Stok Alımı (TL)	200	5,659	4	0,226
Hammadde, Yarımamül Vb. Stok Alımı (Döviz)	200	8,725	4	0,068
İthalat Yapması	200	8,907	4	0,063
İhracat Yapması	200	5,370	4	0,251

4.10.20. Firmaların Faiz ve Komisyon Oranlarını Önemsemeleri İle Kredi Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

20) H0: Firmaların faiz ve komisyon oranlarını önemsemeleri ile kredi kullanım amaçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların faiz ve komisyon oranlarını önemsemeleri ile kredi kullanım amaçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde firmaların faiz ve komisyon oranlarını önemsemeleri ile firmaların kredi kullanım amaçları arasında anlamlı bir ilişki ya da bağımlılık olup olmadığı test edilmiş olup, bunun için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analizleri gerçekleştirebilmek için anketin 19. ve 33. sorularının yanıtları incelenmiştir. Tablo 4.52.'deki veriler hipotezlerimizi test etmek için kullanılmıştır. Ki Kare analiz yeterliliğine sahip bütün firmaların kredi kullanım amaçları ile ilgili hipotez aşağıda yer almaktadır:

Tablo 4.52.'deki veriler incelendiğinde firmaların faiz ve komisyon oranlarını önemsemeleri ile stokları finanse etme, alacakları finanse etme, vadesi gelen başka bir borcu ödeme, yatırımını finanse etme ve diğer arasındaki anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı H0 hipotezi kabul edilmiştir. H1 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4.52. Firmaların Faiz ve Komisyon Önemsemeleri İle Kredi Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

Firmaların Faiz ve Komisyon Oranlarını Önemsemesi				
Firmaların Kredi Kullanım Amaçları	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Stokları Finanse Etmek	200	3,523	4	0,474
Alacakları Finanse Etmek	200	5,422	4	0,247
Vadesi Gelen Başka Bir Borcu Ödemek	200	1,468	4	0,832
Yatırımını Finanse Etmek	200	1,474	4	0,831
Diğer	200	4,278	4	0,370

4.10.21. Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Firmaların Alışlarını Gerçekleştirdikleri Ödeme Araçları Arasındaki İlişki

21) H0: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların alışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların alışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların alışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını anlamak için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analizleri gerçekleştirebilmek için anketin 17. ve 35. sorularının yanıtları incelenmiştir. Firmaların satışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları ile ilgili ortak hipoteze aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 4.53.'deki verilere göre firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile nakit arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olmasından dolayı H0 hipotezi reddedilmiştir. H1 hipotezi kabul edilmiştir. Diğer çek, senet, kredi kartı ve barter için anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olması nedeniyle H0 hipotezi kabul edilmiş, H1 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4.53. Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Alışlarını Gerçekleştirdikleri Ödeme Araçları Arasındaki İlişki

Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Duruma Göre Kredi Ürün Tercihleri				
Firmaların Alışlarını Hangi Ödeme Araçları İle Gerçekleştirdiği	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Nakit	200	13,670	4	0,008
Çek	200	3,110	4	0,540
Senet	200	4,386	4	0,356
Kredi Kartı	200	7,372	4	0,117
Barter	200	2,298	4	0,681

4.10.22. Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Satışlarını Gerçekleştirdikleri Ödeme Araçları Arasındaki İlişki Hipotezi Sonucu

22) H0: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile satışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile satışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde mevsimsel ve dönemsel durumun önemsenmesi ile firmaların satışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını anlamak için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analiz için anketin 18. ve 35. sorularının yanıtları incelenmiştir. Firmaların satışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları ile ilgili hipotezi aşağıda sunulmuştur:

Tablo 4.54.'deki veriler incelendiğinde firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile nakit, çek, senet, kredi kartı ve barter verilerinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olması nedeniyle H0 hipotezi kabul edilmiş, H1 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4.54. Firmaların Mevsimsel Ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Firmaların Satışlarını Gerçekleştirdikleri Ödeme Araçları Arasındaki İlişki

Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Duruma Göre Kredi Ürün Tercihleri				
Firmaların Satışlarını Hangi Ödeme Araçları İle Gerçekleştirdiği	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Nakit	200	8,875	4	0,064
Çek	200	2,461	4	0,652
Senet	200	5,832	4	0,212
Kredi Kartı	200	2,023	4	0,732
Barter	200	0,606	4	0,962

4.10.23. Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki

23) H0: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

H1: Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Analizde mevsimsel ve dönemsel durumun önemsenmesi ile firmaların kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki ya da bağımlılık olup, olmadığını anlamak için Ki Kare analizinden faydalanılmıştır. Analiz için anketin 26. ve 35. sorularının yanıtları incelenmiştir. Tablo 4.55.'deki veriler hipotezlerimizi test etmek için kullanılmış olup, firmaların kredi ürün tercihleri ile ilgili hipoteze aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 4.55. Firmaların Mevsimsel Ve Dönemsel Durumu Önemsemeleri İle Kredi Ürün Tercihleri Arasındaki İlişki

Firmaların Mevsimsel ve Dönemsel Duruma Göre Kredi Ürün Tercihleri				
Firmaların Tercih Ettikleri Kredi Ürünleri	Firma Sayısı	Ki Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
İskonto	200	6,323	4	0,176
İştirâ Kredileri	200	2,581	4	0,630
Senet Karşılığı Avans Kredileri	200	0,758	4	0,944
Döviz Endeksli	200	2,335	4	0,674
Spot	200	3,721	4	0,445
Borçlu Cari Hesap	200	0,457	4	0,978
Emtia Ürün ve Mal Karşılığı	200	10,819	4	0,029
Mevduat Karşılığı	200	10,819	4	0,029
Döviz Tevdiat Karşılığı	200	1,524	4	0,822
İhracat	200	5,439	4	0,245
İthalat	200	2,806	4	0,591
Alacağın İstihkakın Temliki Karşılığı	200	4,808	4	0,308
İpotek	200	0,938	4	0,919
Taahhüt Rehini Karşılığı	200	2,017	4	0,733
Spot Döviz Endeksli	200	2,358	4	0,670
Gün İçi Kredi	200	10,599	4	0,031
Kurum Tahsilatları ve Takas Çekleri Nakit Yönetim Kredisi	200	14,017	4	0,007
Orta ve Uzun Vadeli Taksitli Ticari	200	0,489	4	0,975
Diğer	200	14,996	4	0,005

Tablo 4.55.'deki veriler incelendiğinde firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile iskonto, iştirak kredileri, senet karşılığı avans kredileri, dövize endeksli, spot, borçlu cari hesap, döviz tevdiat karşılığı, ihracat, ithalat, alacağın, istihkakın temliki karşılığı, ipotek, taşıt rehini karşılığı, spot dövize endeksli ve orta ve uzun vadeli (taksitli) krediler arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin üzerinde olmasından dolayı H0 hipotezi kabul edilmiştir. H1 hipotezi reddedilmiştir. Emtia ürün ve mal karşılığı, mevduat karşılığı, gün içi, kurum tahsilatları ve takas çekleri nakit yönetim kredisi ve diğer krediler arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyinin 0,05 değerinin altında olması nedeniyle H0 hipotezi reddedilmiş, H1 hipotezi kabul edilmiştir.

4.10.24. Firmaların İstedikleri Kredi Ürünü Yerine Bankanın Önerdiği Kredi Ürünlerini Kullanmalarının Yıllık Borç Miktarlarına Göre Farklılığı

24) H0: Firmaların istedikleri kredi ürünü yerine bankanın önerdiği kredi ürünlerini kullanmaları yıllık borç miktarlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların istedikleri kredi ürünü yerine bankanın önerdiği kredi ürünlerini kullanmaları yıllık borç miktarlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların istedikleri kredi ürünü yerine bankanın önerdiği kredi ürünlerini kullanmalarının yıllık borç miktarlarına göre önemli farklılık gösterip göstermediği, anketin 21. ve 36. sorularından alınan cevapların Varyans Analizi (ANOVA) incelemesi ile saptanmaya çalışılmıştır. Yanıtlayıcılardan alınacak cevapları sınırlandırmamak ve tespitleri daha iyi yapabilmek için 21. soru açık uçlu sorulmuştur.

Tablo 4.56.'da gösterildiği üzere ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin üzerinde çıktığından H0 hipotezi kabul edilmiştir. Firmaların istedikleri kredi ürünleri yerine bankanın önerdiği kredi ürünlerini

kullanmalarının, yıllık borç miktarlarına göre önemli farklılık gösterdiğine dair yeterli destek bulunamamıştır.

Tablo 4.56. Firmaların İstedikleri Kredi Ürünleri Yerine Bankanın Önerdiği Kredi Ürünlerini Kullanmalarının, Yıllık Borç Miktarlarına Göre Farklılığı

Firmaların İstedikleri Kredi Ürünleri Yerine Bankanın Önerdiği Kredi Ürünlerini Kullanması			
Borç Miktarı (Yıllık)	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
0	4	2,750	0,957
0 ile 1.000.000 TL Arası	68	2,000	0,733
1.000.0001 ile 10.000.000 TL Arası	69	2,116	0,697
10.000.001 ile 100.000.000 TL Arası	47	2,319	0,783
100.000.001 TL ve Üzeri	12	2,167	0,718
Toplam	200	2,140	0,744
F: 2,019			
p: 0,093			

4.10.25. Firmaların Kendi Tercih Ettikleri Kredi Ürünlerini

Kullanmalarının Yıllık Borç Miktarlarına Göre Farklılığı

25) H0: Firmaların kendi tercih ettikleri kredi ürünlerini kullanmaları, yıllık borç miktarlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

H1: Firmaların kendi tercih ettikleri kredi ürünlerini kullanmaları, yıllık borç miktarlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Firmaların kendi tercih ettikleri kredi ürünlerini kullanmalarının yıllık borç miktarlarına göre önemli farklılık gösterip göstermediği, anketin 21. ve 37. sorularına alınan cevapların Varyans Analizi (ANOVA) incelemesi ile saptanmaya çalışılmıştır. Yanıtlayıcılardan alınacak cevapları sınırlandırmamak ve tespitleri daha iyi yapabilmek için 21. sorunun yanıtları açık uçlu bırakılmıştır.

Tablo 4.57.'de gösterildiği gibi ANOVA testinin sonucunda anlamlılık düzeyi (p) 0.05 değerinin altında çıktığından H0 hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 4.57. Firmaların Kendi Tercih Ettikleri Kredi Ürünleri Kullanmalarının,
Yıllık Borç Miktarlarına Göre Farklılığı**

Firmaların Kendi Tercih Ettikleri Kredi Ürünlerini Kullanması			
Borç Miktarı (Yıllık)	Firma Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
0	4	3,250	0,957
0 ile 1.000.000 TL Arası	68	2,029	0,753
1.000.0001 ile 10.000.000 TL Arası	69	2,116	0,697
10.000.001 ile 100.000.000 TL Arası	47	2,319	0,783
100.000.001 TL ve Üzeri	12	2,167	0,718
Toplam	200	2,160	0,760
F: 3,278			
p: 0,013			

5. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

200 adet firma üzerinde yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen bulgular ve oluşturulan 25 adet hipotezin değerlendirilmesine sırasıyla yer verilmiştir.

5.1. Analiz Bulguları

Firmaların kredi ürün tercihlerine ilişkin H1 hipotezi kabul edilen sonuçlar toplu olarak Tablo 5.1.'de gösterilmiştir.

Tablo 5.1. Analiz Bulguları

Hipotezler	
1	Firmaların tercih ettikleri kredi ürünleri ile bulundukları sektörler arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
3	Farklı yıllık ciro değerlerine sahip firmalar arasında yıllık net kârlarına göre anlamlı farklılık bulunmaktadır.
5	Firmaların kredi kullanım kararını veren yetkilileri, çalıştırdıkları personel sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir.
6	Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için satın almış oldukları mal ve hizmet ile ihracatları ve kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri para birimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
7	Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için satın almış oldukları mal ve hizmetler ile ihracatları ve nakdi kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
8	Firmaların mal ve hizmet alımları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
9	Firmaların mal ve hizmet satışları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
12	Firmaların dış kaynaklardan sağladığı kredilerin kullanım süreleri kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
13	Firmaların dış kaynaklardan sağladığı kredi tutarları kredi türlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
14	Firmaların teminatları ile nakdi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
15	Firmaların bankalardan kullandıkları kredi türleri aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

16	Firmaların çalıştığı banka sayıları aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
17	Firmaların kredi ürün sayıları aktif büyüklüklerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
21	Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile firmaların alışlarını gerçekleştirdikleri ödeme araçları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
23	Firmaların mevsimsel ve dönemsel durumu önemsemeleri ile kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
25	Firmaların kendi tercih ettikleri kredi ürünlerini kullanmaları yıllık borç miktarların göre anlamlı farklılık göstermektedir.

5.2. Analiz Bulgularının Değerlendirilmesi ve Öneriler

1. Hipotez sonuçları incelendiğinde 3 sektörde yer alan firmaların 3 kredi ürünü çeşidi tercihleri ile bulundukları sektör arasında istatistiki bir ilişkinin varlığı saptamıştır.

Sadece ankete katılan kâğıt ve kâğıt ürünleri sektöründe yer alan firmalarla orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi tercihi arasındaki ilişkinin varlığı ve metal sektöründeki firmalarla taşıt rehini karşılığı kredi tercihi arasındaki ilişki ve tekstil, hazır giyim, deri sektöründeki firmaların spot ve orta uzun vadeli (taksitli) kredi ürün tercihleri arasında anlamlı ilişkinin çıkması şaşırtıcı bir sonuçtur. Tüm sektörde yer alan, firmaların ihtiyaçlarını karşılayan, kredi ürünleri arasında anlamlı ilişkinin çıkmaması sorun olduğunun göstergesidir. Bankaların, işletmelerin bulundukları sektörleri ve firma ihtiyaçlarını da göz önüne alarak daha uygun şekilde kredi ürünlerini firmalara tanıtmaları, tekliflerde bulunmaları, ayrıca firmalarda dış kaynak yönetimini sağlayan karar verici yetkililerin de banka kredi ürünleri hakkında yeterli bilgiye sahip olması sorunların çözülmesine katkı sağlayacaktır.

2. Farklı sektör tecrübesine sahip firmaların bankaların önerdiği kredi ürün tercihlerine karşı tutumlarında anlamlı bir farklılık bulunmadığı hipotezinin sonucundan; bankaların firmalar üzerinde etkisinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Firmaların sektörlerindeki tecrübeleri ile bankaların önerdiği kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı anlaşılmaktadır. Bu sonucun

bankaların müşterilere yaklaşımlarının satış odaklı olması ve firmaların kredi ürünlerinden kendileri için hangisinin daha faydalı olacağını bilmemesinden kaynaklanma ihtimali yüksektir. Firmaların sektöründeki tecrübesi arttıkça kendisi için gerekli kredi ürünlerinden hangisinin daha avantajlı olduğuna karar vermesi beklenilmektedir.

Günümüzde bankalar pazardan pay kapma ve satış baskısıyla müşterilerinin portföylerini bankanın istediği kredi ürününü kullandırılmasına yöneltmektedir. Bu yönlendirme krediye çok acil ihtiyacı olan ya da kredi ürünlerine yeterince hakim olmayan firmalar tarafından kabul görmektedir. Böylesi bir ilişki ilerde firmanın mali yapısına uygun kullandırılmayan kredilerden dolayı borcunu ödeyememe ve banka içinse karşılık ayırma gibi sonuçlar doğurabilmektedir. Kredi ürünlerinin hem firma, hem banka tarafından ilgili firmanın mali yapısına uygun olarak verilmesi kötü durum risklerini ortadan kaldırmak için yararlı olmaktadır.

3. Hipotezin incelemesinden, farklı yıllık ciro değerleri gerçekleştiren firmalar arasında yıllık elde ettikleri net kârlarına göre anlamlı farklılıkların olduğu sonucu çıkmıştır. Ortalamalar incelendiğinde firmaların yıllık ciro değerleri arttıkça buna paralel olarak yıllık net kârlarının arttığı ya da tam tersi pozisyona sahip firmalarda yıllık zararlarının da yıllık ciro değerleri ile orantılı arttığı görülmektedir.

Farklı yıllık ciro değerlerine sahip firmaların arasındaki yıllık net karlarına göre aralarında anlamlı farklılık bulunması beklenen bir sonuçtur. Firmaların kredi ürün tercihlerinde ciroları ve net kârlarını dikkate alarak karar vermeleri firmaların doğru kredi ürün tercihi yapmalarında faydalı olmaktadır.

4. Hipotezdeki, firmalarda kredi kullanım kararını verenlerin, firmaların bulundukları sektördeki tecrübelerine göre aralarında anlamlı farklılık göstermemesi, beklenenin aksine bir sonuçtur. Çünkü firmaların zamanla kazandıkları tecrübe ile kurumsallaşmaya doğru gitmeleri, bunun sonucu olarak finansal kısmın idaresinin profesyonellere bırakılması beklenilmektedir. Son dönemlerde, günümüzde bankalar özellikle KOBİ müşterilerine yönelik danışmanlık hizmeti de vermeye başlamışlardır. Buna benzer çalışmaların artması firmaların finansal bölümlerinde

daha fazla kredi ürünlerine hakim kişilerin firmalarda yer alması çok yararlı olmaktadır.

5. Hipotezin sonucuna göre; firmaların çalıştırdıkları personel sayısı arttıkça kredi ürünü tercihinin karar veren yetkililerinin, firma sahiplerinden sırasıyla, yönetim kurulu, genel müdür ve finansman müdürlerine geçtiği görülmektedir.

4. Hipotezin sonucunun aksine firmaların kredi ürünü tercihinin karar veren yetkililerin, firmaların personel sayılarına göre farklılık göstermesi beklenen bir sonuçtur. Firmalar büyüdüğünde, kurumsallaşmak istiyorsa özellikle finans bölümünde konularına hakim, uzman personeli bünyelerinde bulundurup, kredi tercihlerini yapmalıdır. Firmaların bulunduğu sektörler ve yer aldığı ekonomilerdeki risk açısından özellikle bu geçiş çok önemlidir.

6. Hipotezin sonuçları irdelendiğinde firmaların mal, hizmet alımlarını döviz ile yapıyorsa, kredi kullanım tercihlerinde dövizin önemli yer tuttuğu anlaşılmıştır.

Firmaların faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için almış olduğu mal, hizmet alımları ve ihracatlarıyla kredi kullanımlarındaki tercih ettikleri para birimleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Firmalar mal alımlarını döviz ile yapıp, satıştan elde ettiği gelirleri de döviz ya da dövize endeksli elde ediyorsa, kredi kullanımlarında da döviz tercih etmeleri kendileri için faydalı olabilmektedir.

7. Hipotezin sonuçları irdelendiğinde ithalat yapan firmalar ile spot dövize endeksli kredi ürününün tercih edilmesi arasında anlamlı bir ilişkinin bulunamaması, bunun yerine faizin sabit olmadığı dövize endeksli kredi ürünü kullanımı arasında bir ilişkinin çıkması, Türkiye gibi kırılgan ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinde firmalar aleyhine büyük risk doğurmaktadır. Faizlerin sürekli olarak yukarı yönlü değiştiği bir ortamda, Türk Lirası kullanılarak yapılan hammadde, yarı mamul, vb. stok alımlarında spot kredi kullanılması firma lehine olacağından, spot krediler firmalar tarafından tercih edilmektedir. Ankette diğer olarak geçen nakdi kredi türü; bankaların firmalara belli limitler dâhilinde açmış olduğu, kredili mevduat ve doğrudan tahsilat sistemleri için kullandırmakta olduğu kredi limitidir. Bu kredinin

faizinin diğer alternatif kredi ürünlerine nazaran yüksek olmasından dolayı, firmaların tercihleri arasında anlamlı bir ilişki yaratmamıştır.

Firmalar ve bankaların dövizde endeksli kredi ürün tercihlerinde riski dikkate alarak planlama yapmaları yararlarına olmaktadır. Türk Lirası olarak hammadde, yarı mamul, vb. stok alımlarında ise faizlerin sürekli yukarı yönlü değiştiği bir ortamda spot kredi ürünü faydalı olacağından tercihler arasında mutlaka bulunmalıdır.

8. Hipotezin çıkan sonuçları irdelendiğinde, firmaların mal ve hizmet alımlarını nakit yapması ile diğer nakdi kredi ürünü tercihi arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Firmaların bu tercihinin nedenleri arasında; kredili mevduat olarak nitelendirilen kredilerin faiz oranının genelde diğer kredi ürünlerine göre yüksek bulunması ihtimali söz konusudur.

Firmaların kredili mevduat, doğrudan tahsilat ve buna benzer bankaların diğer kredi ürünlerine göre yüksek faiz aldıkları ürünleri için fazladan faiz ödememeleri kendilerinin lehinedir. Özellikle doğrudan tahsilat sistemi limitleri sadece doğrudan tahsilat sistemindeki kurumlarla banka müşterileri arasında sistemsel iletişimi sağlamak adına bankalara tanımlanmaktadır. Çoğu firma, limitinin ilgili hesabı eksi bakiyeye döndüğü zaman hemen ilgili hesabına geri ödeme yaparak, faiz işleyişini durdurmakta ya da ilgili hesaba fazladan bakiye bulundurarak faiz, masrafının oluşmasını engellemektedir.

Firmaların mal ve hizmet alımlarını çek aracılığıyla yapması ile dövizde endeksli kredi tercihi arasındaki ilişkinin nedeni, müşterinin gelirlerinin döviz veya keşide ettiği çek karnelerinin döviz olmasından kaynaklanabilmektedir. Bunların dışındaki sonuçların firma lehine olma ihtimali düşüktür ve risk taşımaktadır. İştirak ve iskonto kredi ürünleri ise firmanın elinde bulunan alacaklarını hemen likite çevirebilme ve çek ödemesi yapabilme imkânı sağlayacağından firmalar için yararlı olmaktadır. Çek aracılığı ile mal ve hizmet alımlarını gerçekleştiren firmaların borçlu cari hesap ve spot kredi ürün tercihleri arasında bir ilişkinin olmaması, beklenenin aksine bir sonuç olarak düşünülmektedir. Firmaların nakit eksikliği çektiği durumlarda bu kredi ürünleri firmalara çok faydalı olabilmektedir. Bunların dışında

kalan diğerkredi ürün tercihleri sonuçları firmaların farklı imkânları, hedefleri ve işleyişleri olabileceğinden normal karşılanabilmektedir.

Firmaların mal ve hizmet alımlarını çekle yapması ile dövize endeksli kredi ürünü tercih etmeleri arasındaki ilişki çek karnelerini döviz olarak keşide ettiklerinde faydalı olabilecektir. Elleriinde bulunan senet ya da diğerkredi çeklerini kendi çeklerini ödemek amacı ile kullanılabileceğinden iskonto ve iştirakredileri firmalar için yararlı olmaktadır. Bunların dışında da borçlu cari hesap ve spotta çek ödemelerini yerine getirebilmeleri için firmaya faydalı olabilmektedir.

Firmaların mal ve hizmet alımlarını senet aracılığıyla yapması, bunun yanı sıra borçlu cari hesap ve spot kredi ürün tercihleri arasında bir ilişkinin bulunmaması beklenenin tersi bir sonuç olarak algılanmaktadır. Bunların dışında kalan diğerkredi ürün tercihleri firmaların farklı imkânları, hedefleri ve işleyişleri olabileceğinden normal karşılanmaktadır.

Firmaların mal ve hizmet alımlarını senet aracılığı ile yapması durumunda da borçlu cari hesap ve spot krediler yine firmaya nakit eksikliği çektiği dönemlerde yardımcı olabilmektedir.

Firmaların mal ve hizmet alımlarını kredi kartı aracılığı ile yapması, borçlu cari hesap kredi ürün tercihi arasında bir ilişkinin bulunmaması beklenti dışı olarak algılanabilmektedir. Diğerkredikredi ürünlere ilişkin tercihler önce de belirtildiği gibi faiz oranlarının diğerkredikredi ürünlerine oranla yüksek olmasından dolayı anlamlı bir ilişki yaratmamaktadır. Bunun yanı sıra; orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi ürün tercihi arasında anlamlı bir ilişkinin bulunması beklentilere uygun görülmemektedir. Çünkü bu kredi ürünü genelde proje amaçlı ve yüksek meblağlı kredi ihtiyaçları için tercih edilmelidir. Günümüzde ticari kredi kartlarına taksit imkânlarının da geniş olduğu düşünüldüğünde uzun vadeli kredi kullanımı anlamlı değildir.

Firmaların mal ve hizmet alımlarını kredi kartı ile yapması durumunda da firmaların nakit eksikliği yaşadığı zamanlar olmaktadır. Borçlu cari hesap kredi ve spot kredi ise faydalıdır. Bunun dışında aralarında anlamlı ilişki saptanan orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi kredi kartları zaten vade imkânı tanıdığından, hem vade

farkı komisyonu hem de kredi faizi ödenmesi söz konusu olacağından, firma için yararlı olmaktan çıkmaktadır.

9. Hipotezin sonuçları gözden geçirildiğinde firmaların mal ve hizmet satışlarını çekle gerçekleştirmesiyle iştir, borçlu cari hesap, iskonto gibi kredi ürün tercihleri arasında anlamlı ilişkinin çıkması, beklenen bir sonuçtur. Bununla beraber orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi tercihi ise kredinin yapısı itibarı ile proje ve daha büyük meblağlı kredi ihtiyaçları için uygun olması nedeniyle beklenenin dışında bir sonuçtur. Spot kredi ürünü tercihi ise çekle satış gerçekleştirenler arasında alternatif çözüm olarak düşünülmelidir. Bunlar dışındaki sonuçlar firmaların farklı imkânları hedefleri ve işleyişleri olabileceğinden normal karşılanmaktadır

Mal ve hizmet satışlarını çekle gerçekleştiren firmaların orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi ürününü tercih etmeleri arasında ilişkinin bulunması bu kredi ürünün proje ve daha büyük meblağlı kredi ihtiyaçları için uygun olması nedeniyle bir tezat oluşturmaktadır. Bunun yerine spot kredi ürünü tercih edilmiş olması; firma lehine beklenen bir sonuç olarak değerlendirilmelidir.

Firmaların mal ve hizmet satışlarını senetle gerçekleştirmesiyle dövize endeksli kredi ürün tercihi arasında anlamlı bir ilişkinin bulunması firmaların senetlerden tahsil edilecek bedellerini ve satışlarını döviz cinsinden gerçekleştirmesi ihtimali ile uygun olmaktadır. Diğer nakdi kredi ürün tercihi arasında anlamlı ilişkinin çıkması ise firmaların yüksek faiz oranını kabullenebildiğinin göstergesi olarak algılanabilmektedir. Borçlu cari hesap ve spot kredi tercihleri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmaması yine tezat sonuçlardandır.

Firmaların mal ve hizmet satışlarını kredi kartı ile gerçekleştirmesiyle taşıt rehini ürün tercihi arasında anlamlı ilişkinin çıkması çelişki oluşturmaktadır. Borçlu hesap ve spot kredi ürün tercihleri arasında anlamlı bir ilişkinin çıkmamasından, firmaların nakit eksikliği çekebilecekleri durumlarda ellerinde alternatif olarak bu ürünleri tutmadıkları anlaşılmaktadır.

10. Hipotezde, firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçların kullanım sürelerine göre kredi kullanım sıklıkları incelendiğinde; aralarında farklılık olması beklenen sonuç olmasına karşın, herhangi anlamlı farklılık çıkmamıştır.

11. Hipotezde, firmaların dış kaynaklardan sağladığı kredi tutarları ile kredi kullanım sıklıkları arasında anlamlı farklılık görülmemiştir.

Firmaların dış kaynaklardan almış olduğu borçlarının yıllık kullanım sürelerinin ve yıllık kredi tutarlarının kredi kullanım sıklıklarına göre farklılık göstermemesi, firmaların kredi kullanım ihtiyaçlarını önceden öngöremediklerini düşündürmektedir.

12. Hipoteze ilişkin sonuca göre; firmaların kullandıkları kredi türü sayısı ile dış kaynaklardan sağladığı kredilerin kullanım sürelerinin paralel olarak arttığı gözlemlenmiştir.

13. Hipotezde firmaların kullandıkları kredi türü sayısı ile dış kaynaklardan sağladığı kredi tutarlarının paralel artış gösterdiği anlaşılmaktadır.

Dış kaynaklardan sağlanan kredilerin kullanım süreleri ve tutarları arttıkça kredi ürün tercih çeşitliliği de artmaktadır. Kredi kullanım süresi ve tutarı çoğaldıkça firmaların ihtiyaçlarını gidermek için nakdi kredi dışındaki türlere de yönelmeleri, firmalar açısından faydalı olabilmektedir.

14. Hipotezin çıkan sonucundan kredi kullanımları için nakit ve likite hemen dönebilen teminatları tercih eden firmaların spot, borçlu cari hesap, taşıt rehini karşılığı, orta ve uzun vadeli (taksitli) ve diğer nakdi kredi ürünlerini tercih ettikleri anlaşılmıştır.

Genellikle firmalar sahip oldukları teminat mektuplarını süresinin bitimine kadar teminat olarak değerlendirmek ve ihtiyaçları olduğunda orta ve uzun vadeli kredi ürün tercihleri için kullanmak istemektedirler. Yalnız, teminat mektupları, başka banka teminat mektupları ve bloke çeki teminatları ile orta ve uzun vadeli (taksitli) kredi arasında çalışmada anlamlı ilişki çıkmasına rağmen, bu krediler için belirtilen teminat türü günümüzde bankalarca çoğunlukla tercih edilmemektedir.

Çek, senet, alacağın temliki, vesaikler, Exim bank sigorta alacakları ve B tipi yatırım fonu teminatlarını kullanan firmaların tercih ettikleri nakdi kredi ürünlerinden (orta ve uzun vadeli hariç) aralarında anlamlı ilişki bulunanlar, bu teminat türü için uygun ve firma lehinedir. Orta ve uzun vadeli kredilerde bankalar belirtilen teminat türünü genellikle kabul etmemektedirler. Aralarında anlamlı ilişki bulunamayan kredi ürünlerinden, spot kredi ürünü dışındakilerin bu teminat türü için uygun olmadığı anlaşılmıştır.

Kefalet teminatı, ipotek karşılığı ve taşıt rehini karşılığı kredi ürünleri hariç, diğer kredi tercihlerinde sadece orta ve uzun vadeli (taksitli) krediler için anlamlı bir ilişki çıkmıştır. Diğer krediler arasında anlamlı ilişki bulunamaması bankaların, firma teminatlarını yeterli görmemesi algısından kaynaklanabilir. Bankalar kefalet teminatını, özellikle, mali yapısı küçük ve riskli işletmeler için tercih etmemektedirler. Risk açısından bakıldığında bankaların bu yaklaşımı mantıklı görünmektedir.

İpotek teminatı ile ilgili çıkan sonuçlardan anlamlı ilişkisi bulunan kredi ürünleri bu teminat türü için çok uygundurlar. Anlamlı ilişki bulunmayan iskonto ve iştirah haricindeki krediler için bu teminatlar bankalar tarafından kabul görmektedir. İpotek, menkul rehini, işletme rehini, garanti fonu, şirket teminat mektubu bankaların kullandırmak istedikleri kredi teminatlarındandır. Firmaların avantajlı teminatlar ile kredi ürünü tercihleri ve bankaların riski hangi teminatlarla azaltılabilecekleri ve fiyatlamada başarılı olabilecekleri arasındaki dengenin oluşturulması kritik önemdedir.

15. Hipotezden firmaların aktif büyüklerinin artması ile kullandıkları kredi türü çeşitliliğinin de arttığı sonucuna varılmaktadır. Firma büyüklüklerinin önemli göstergelerinden biri olan aktif büyüklüğün artması ile fon ihtiyacı da artacağından, farklı kredi türleri kullanımlarına gereksinme duyulması muhtemeldir. Bankalar tarafından aktifleri büyük firmalara alternatif kredi türleri mutlaka önerilmeli ve firma yetkililerinin de bunun farkında olmaları beklenilmelidir.

16. ve 17. hipotezlerin sonuçlarından, firmaların aktif büyüklerinin artması ile çalıştıkları banka sayılarının arttığı anlaşılmaktadır. Aktif büyüklükleri yüksek olan

firmalar, çalıştığı banka sayısını artırarak, herhangi bir limit sıkışıklığı yaşamamak ve ellerinde alternatif bulundurma gücüne sahip olmak istemektedirler. Bankaların, mali yapıları güçlü ve büyük müşterileri portföylerinde tutma isteği yüksek olduğundan, rekabet koşullarına göre kredi ürünlerini, faiz oranlarını ve masraflarını iyi ayarlamaları gerekmektedir.

18. Hipotezin sonucu ile ilgili Tablo 4.50.'deki bulgulardan kredi kullanımına karar veren yetkililerden genel müdür ve finansman müdürlerinin tercihleri ile bankaların önerileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Dolayısı ile; firmaların kredi tercihinde çok büyük bir kısmının banka önerisini dikkate aldığı anlaşılmaktadır. Karar verici konumundaki firma yetkililerinin, çok sayıda banka ile görüşmeleri ve konuya hakim finansçılardan destek almaları, daha uygun tercihlerde bulunma ihtimalini artıracaktır.

19. Hipotezin sonucuna göre; firmaların döviz üzerinden hammadde, yarımamül vb. stok alımı, ithalat ve ihracat yapması ile döviz kur riskini önemsemeleri arasında bir ilişkinin bulunmayışından firmaların olası risklerin dikkate almadığı anlaşılmaktadır. Firmalar her ne kadar satışlarını ve tahsilatlarını döviz üzerinden yapsa da Türkiye' de Türk Lirası ile işlemlerinin olması döviz kuru dalgalanmalarından etkilenmelerine yol açmaktadır.

20. Hipotezden firmaların planlama yapmayarak, fazladan faiz ve komisyon oranlarına katlanabildikleri anlaşılmıştır. Firmaların kredi gereksinimlerini amaçları doğrultusunda planlamaları bu tür durumlarla karşılaşmaları olasılığını azaltmaktadır.

21. Hipoteze ilişkin sonuçtan anlaşılabacağı gibi; alımlarını nakit olarak yapan firmaların mevsimsel ve dönemsel kredi gereksinimine dikkat ettikleri görülmektedir.

22. Hipotez mevsimsel ve dönemsel faaliyet gösteren firmaların her dönem finansman ihtiyaçlarını kendilerinin giderebildiğini ya da (Tablo 4.10.'daki veriler ışığında) satışlarını belirgin olarak, nakit ağırlıklı gerçekleştirdiklerini göstermektedir. Çek, senet ve kredi kartı gibi likite dönmesi daha uzun sürebilecek

ödeme araçlarının firmalar tarafından çok sınırlı kullanıldığı anlaşılmaktadır. Firmaların mevsimsel ve dönemsel siparişlerinin olması halinde mali yapılarını mutlaka mal ve hizmet alımları ile tahsilatları arasındaki dengeyi gözeterek ayarlamaları gerekmektedir.

23. Hipotezin sonucu spot' un özellikle mevsimsel ve dönemsel durumlara en uygun çözüm sağlayıcı, destekleyici kredi ürünü olmasına rağmen anlamlı bir ilişkinin bulunamaması beklenmeyen bir sonuçtur. Firmaların özellikle kısa vadeli likidite gereksinimlerinde spot kredi gibi rahatlatıcı bir ürün tercihleri arasında olmalıdır.

24. Hipotezin sonucundan anlaşılaçağı gibi; Tablo 4.21.'deki verilerle paralel olarak, firmaların kredi tercihlerinde kendi istedikleri ürünü yerine çoğunlukla bankanın önerdiği kredi ürünlerini kullandırdıkları anlaşılmaktadır.

25. Hipotezin sonucuna göre; yıllık borç miktarlarına göre borcu olmayan işletmeler dışındakilerin kendi tercih ettikleri kredi ürünlerini kullanmalarında istekli oldukları tespit edilmiştir.

Ankete katılanlardan sadece bir tanesi finansal kurumlardaki kredi ürün çeşitliliğini yeterli bulmamış olup, kendilerinden konu hakkında detaylı bir tanımlama elde edilememiştir.

SONUÇ

Türkiye’de ve Dünya’da KOBİ’lerin ve ticari firmaların ayakta kalması, büyümesi ülke ekonomisi için çok büyük önem taşımaktadır. Dünya’da artık hemen hemen tüm ülkeler, sosyalist devletçi ekonomik kalkınma ve işleyiş modellerden, özel sektörü teşvik edici ekonomik modellere geçiş yapmıştır. Karma ekonomik modeller bile kabul görmeyip, kamusal hizmetler de dahil olmak üzere çoğu ekonomik aktiviteler artık özel sektör tarafından verilmektedir. Özel sektörde yer alan firmaların kamudaki kurumlar gibi ekonomik anlamda sıkıştıklarında ya da yeni projeler geliştirmek istediklerinde hazineden destek alma imkânları olmadığından, dış kaynak arayışı büyük önem taşımaktadır. Bu tür durumlarda işletmelerin karşısında genellikle iki seçenek çıkmaktadır. Bunlardan birincisi yeni ortak edinmek, ikincisi ise işletmenin anonim şirket ya da mevzuata uygun yapısı varsa halka arz gerçekleştirerek, finansal kaynağa sahip olmaktır. Her iki yöntemde firmanın yönetimi ve kârı paylaşması gibi sonuçlar doğurabileceğinden firmalar tarafından uygun bulunmayabilmektedir.

Bu çalışmada belirtilen yöntemlerle finansal kaynak yaratmayı kabul etmeyen, dışarıdan borçlanan ya da borçlanmayı düşünen firmaların özellikleri ve tercihleri incelenmiştir.

Çalışmada, ticari müşterilerin doğru kredi ürün tercihi yapıp yapmadıklarını anlamaya çalışılarak, farklı algılamalar tespit edilip, doğru tercihlerin neler olabileceği konusunda çözüm aranmıştır.

Çalışma kapsamında banka, bankacılık, kredi, kredi fonksiyonları, kredi kurumları, ticari müşteriler için ticari kredi ürünlerini tanımlayıcı teorik bilgiler sunulmuştur. Yazın taraması yapılarak, daha önce yapılan benzer çalışmalara yer verilmiştir. Firmaların kredi tercihlerinde firmaların kullanabileceği hemen hemen tüm kredi ürünlerinin detayına inilerek, araştırma yapılması, bu alanda ilk araştırma çalışması özelliğini taşımaktadır.

Yapılan anket çalışmasının değerlendirilmesi sonucunda firmaların ticari kredi ürün tercihlerini ürün özelliklerini ve ihtiyaçlarını önemsemeden yaptıkları anlaşılmıştır. Anketlerin analizi sonrası firmaların bulundukları sektörleri, sektördeki tecrübelerini, verebilecek teminatları, döviz kurlarındaki dalgalanmaları dikkate almadığı, kredi kullanım amaçlarının ve dış kaynak gereksinim sürelerinin doğru tespit edilmediği, planlama yapılmadığı görülmüştür. Bunun yanı sıra firmaların ciroları, dış borçları, nakit gereksinim süreleri arttıkça, kredi ürün çeşitliliğinin ve kredili olarak çalıştıkları banka sayılarının da arttığı saptanmıştır. Günümüzde bankalar arasında çok yoğun rekabet olmasına karşın, kredi kullanımında bankaların yönlendirmelerinin kredi müşterisi üzerinde son derece etkili olduğu anlaşılmıştır.

Bu açılardan; bankaların müşterilere kredi tercihindan önce yeterli ve doğru yönlendirmeyi yapıp, onlara ihtiyacına göre doğru ürünü önermesi, firmaların ise finansal yapılarını daha iyi tanımaları, planlama yapmaları ve finansal planlamalarında risk analizine muhakkak yer vermeleri doğru kredi kullanımı ve ürün tercihi yapılmasına yararlı olacaktır.

Ticari kredi müşterilerinin tercihlerinin neler olduğunun, bankaların sundukları ürün çeşitliliğinin, sundukları hizmetlerin müşteri tarafından nasıl algılandığının belirlenmesi açısından çalışmanın, firma yöneticilerine ve akademisyenlere yol gösterici bir örnek oluşturacağı beklenmiştir

Araştırmadan elde edilen sonuçlarla hangi tür müşteriye hangi ürünlerin daha iyi sunulabileceği, müşterilere yönelik yeni ürünlerin belirlenebilmesi ve daha iyi hizmet verilebilmesi için katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

KAYNAKÇA

- Agarwal, Sumit, Brent Ambrose, and Chunlin Liu. "Credit Lines and Credit Utilization." *Journal Of Money*, 2 2006: 1-22.
- Akoten, John, Yasuyuki Sawada, and Keijiro Outsuka. "The Determinants of Credit Access and Its Impacts on Micro and Small Enterprises: The Case of Garment Producers in Kenya." *Economic Development and Cultural Change*, 7 2006: 927-944.
- Altan, Mikail. *Fonksiyonlar ve İşlemler Açısından Bankacılık*. İstanbul: Beta Yayınları, 2001.
- Aras, Güler. *Ticari Bankalarda Kredi Portföyünün Yönetimi*. Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları, Pelin Ofset Ltd.Şti., 1996.
- Ataman, Ümit. *Hisse Senetlerinin Gerçek Değerinin Hesaplanması*. İstanbul: Türkmen Kitabevi, 1999.
- «B.K.M. 5411 Sayılı 3.Maddesi.» 2005.
- Berger, Allen, and Udell Gregory. "Small Business Credit Availability And Relationship Lending: The Importance Of Bank Organisational Structure." *The Economic Journal*, 2 2002: F32-F53.
- Berk, Niyazi. *Bankalarda Pazara Yönelik Kredi Yönetimi*. İstanbul: Esbank Eskişehir Bankası T.A.Ş. Yayınları, 1999.
- Bilen, Abdülkadir. «Kobilerde Satıcı Kredisi Kullanımı ve Bir Anket Çalışması.» *Ekev Akademi Dergisi*, 2005: 295-302.
- Brown, Martin, Steven Ongena, Alexander Popov, Pınar Yeşin, and Michael Haliassos. "Who needs credit and who gets credit in Eastern Europe?" *Economic Policy*, 1 2011: 93-130.
- Choi, Woon Gyu, and Yungsan Kim. "Trade Credit and the Effect of Macro-Financial Shocks:Evidence from U.S. Panel Data." *The Journal of Financial and Quantitative Analysis* (Cambridge University Press), 12 2005: 897-925.

- Çelikkol, Hakan, Mediha Mine Çelikkol, ve Yasemin Deniz Koç. «Ticaret Bankacılığı' nda Yeni Bir Boyut: Kobi Bankacılığı ve Türkiye Değerlendirmesi.» *Sosyal Bilimler Dergisi* (Dumlupınar Üniversitesi), no. 21 (Ağustos 2008).
- Dell'Ariceia, Giovanni, and Pietro Garibaldi. "Gross Credit Flows." *The Review of Economics Studies* (Oxford University Press), 2005: 665-685.
- Demirhan, Dilek. «Türkiye'de Bankacılık Sektöründe Ticari Kredi Pazarlama Faaliyetleri ve İzmir İlindeki Ticari Kredi Müşterilerinin Banka Tercihini Etkileyen Faktörlerin Analizi.» İzmir: T.C. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme - Pazarlama Anabilim Dalı, 2004.
- Doğan, Vahit. *Banka Teminat Mektupları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2005.
- Doğan, Zeki, Ayşe Gül Hatipoğlu, ve Ömer İskenderoğlu. «Basel II Standartlarına Göre Sınıflandırılan Kurumsal ve Perakende KOBİ' lerin Finansal Oranlarının Karşılaştırılması: IMKB İşletmeleri Üzerinde Bir İnceleme.» *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 2011: 209-221.
- Freel, Mark. "Are Small Innovators Credit Rationed?" *Small Business Economics*, 1 2007: 23-35.
- Garanti Bankası. 19 06 2014.
http://www.garanti.com.tr/tr/ticari/kurumsal_bankacilik/finansman/yapilandirilmis_finansman/ulke_kredileri.page?gbid2=200698 (06 19, 2014 tarihinde erişilmiştir).
- Garanti Bankası. *Kurumsal ve Ticari Krediler Rehberi*. İstanbul, 2014.
- George, Darren, ve Paul Mallery. *SPSS For Windows Step By Step: A Simple Guide And Reference*. Boston: Allyn&Bacon, 2003.
- Geylan, Ramazan. *Ticari Banka Yönetimi ve Türk Ticari Bankaların Temel Yönetim Sorunları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İkt.ve İdari Bil.Fak. Yayınları, 1985.
- Gülmüş, Bülent, ve Oyal Çiftçi. *Krediler*. İstanbul: Garanti Eğitim Merkezi Yayınları, 1991.
- Hempel, George H., Alan B. Coleman, ve Donald G. Simonson. *Bank Management, Text and Cases*. 3. New York: John Wiley & Sons, 1990.
- İstanbul Ticaret Odası. 29 06 2014. http://www.ito.org.tr/wps/portal/tescil-ilan-kurulus?WCM_GLOBAL_CONTEXT=gercek_kisiler (06 29, 2014 tarihinde erişilmiştir).

- Jimenez, Gabriel, Jose Lopez, and Jesus Saurina. "Empirical Analysis of Corporate Credit Lines." *The Review of Financial Studies*, 12 2009: 5069-5098.
- Kisgen, Darren. "Credit Ratings and Capital Structure." *The Journal of Finance*, 6 2006: 1035-1072.
- Klapper, Leora, Luc Laeven, and Raghuram Rajan. "Trade Credit Contracts." *The Review of Financial Studies*, 3 2012: 838-867.
- Oy, Osman. *Bankacılık Uygulamasında Plasman Yönetimi*. İstanbul: Interbank Uluslararası Eğitim Bölümü Yayınları, 1989.
- Öztürk, Nazım. *Para Banka Kredi*. Bursa: Ekin Yayınevi, 2011.
- Rao, Ramachandra, Abhiman Das, and Ardvind Kumar Singh. "Commercial Bank Lending to Small-Scale Industry." *Economic and Political Weekly*, 3 2006: 1025-1033.
- Rodriguez, Olga Maria. "Trade Credit in Small and Medium Size Firms: An Application of the System Estimator with Panel Data." *Small Business Economics*, 10 2006: 103-126.
- Seval, Belkıs. *Kredilendirme Süreçleri ve Kredi Yönetimi*. İstanbul: Muhasebe Enstitüsü Eğitim ve Araştırma Vakfı, Avcıoğlu Matbaası, 1990.
- Sinkey, Joseph F. *Commercial Bank Financial Management in The Financial - Services Industry*. 4. New York: Macmilan Publishing Company, 1992.
- Sivri, Melda. «Bankacılık Sektöründe Ticari Kredi Pazarlaması ve Kredi Müşterileriyle İlişkiler.» İstanbul: T.C. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Ana Bilim Dalı İşletme Yönetimi Bilim Dalı, 2010.
- Şakar, Birgül. *Banka Kredileri ve Yönetimi*. 4. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., 2013.
- Tabuenca, Antonio Garcia, and Jose Luis Espert. "Credit guarantees and SME efficiency." *Small Business Economics*, 7 2010: 113-128.
- Uludağ, İlhan, ve Erişan Arıcan. *Finansal Hizmetler Ekonomisi*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım, 1999.
- Usta, Mahmut. *Temel Kredi Bilgileri içinde*. İstanbul: Pamukbank Eğitim Yayınları, 1992.
- Vurucu, Mehmet, ve Mustafa Ufuk Arı. *A'dan Z'ye Bankacılık*. 1. Ankara: Seçkin Yayıncılık San.ve Tic. A.Ş., 2014.

www.kobizirvesi.org.tr. 13-14 12 2007.

http://www.kobizirvesi.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=26&Itemid=27 (11 23, 2014 tarihinde erişilmiştir).

www.muhasibedersleri.com. 29 06 2014.

<http://www.muhasibedersleri.com/sirketler-muhasebesi/ticaret-sirketleri.html> (06 29, 2014 tarihinde erişilmiştir).

Yüksel, Ali Sait, Aslı Yüksel, ve Ülkü Yüksel. *Bankacılık Hukuku ve İşletmesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Nihad Sayâr Eğitim Vakfı, 1997.

EKLER

EK.1 Anket Formu

Aşağıdaki araştırma bilimsel amaçla yapılmaktadır. Müşteri bilgileri sonrasında araştırma kısmına geçiniz lütfen

Teşekkür ederim.

MÜŞTERİ ARAŞTIRMA / ANKET FORMU

Sayın

Tarih: 11 Temmuz 2014 Cuma

ANKET TARİHİ :	
MÜŞTERİ NO :	
FİRMA ÜNVANI :	
FİRMA ADRESİ :	
İŞ TELEFONU :	
CEP TELEFONU :	
FAKS NO :	
EMAIL ADRESİ :	
KURULUŞ TARİHİ :	

Aşağıdaki soruların cevap alternatiflerinden uygun olduğunuzu düşündükleriniz yanlarında bulunan kutucukların içerisine lütfen (X) ile işaretleme yapınız.

S1. Firmanızın bulunduğu sektörü aşağıdakilerden hangisi, hangileri tanımlamaktadır?

☐	1 ADALET VE GÜVENLİK	☐	14 KÜLTÜR VE SANAT
☐	2 AĞAÇ İŞLERİ, KAĞIT VE KAĞIT URUNLERİ	☐	15 MADEN
☐	3 BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ	☐	16 MEDYA, İLETİŞİM VE YAYINCILIK
☐	4 CAM, ÇİMENTO VE TOPRAK	☐	17 METAL
☐	5 ÇEVRE	☐	18 OTOMOBİL
☐	6 EĞİTİM	☐	19 SAĞLIK VE SOSYAL HİZMETLER
☐	7 ELEKTRİK VE ELEKTRONİK	☐	20 TARIM, AVCILIK, BALIKÇILIK
☐	8 ENERJİ	☐	21 TEKSTİL, HAZIR GİYİM, DERİ
☐	9 FİNANS	☐	22 TİCARET (SATIŞ VE PAZARLAMA)
☐	10 GIDA	☐	23 TOPLUMSAL VE KİŞİSEL HİZMETLER
☐	11 İNŞAAT	☐	24 TURİZM, KONAKLAMA, YİYECEK - İÇECEK
☐	12 İŞ VE YÖNETİM	☐	25 ULAŞTIRMA, LOJİSTİK VE HABERLEŞME
☐	13 KİMYA, PETROL, LASTİK VE PLASTİK		

S2. Firmanızın bulunduğu sektör içerisindeki tecrübesi yıl olarak aşağıdakilerden hangisinin içerisinde yer almaktadır?

- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| ☐ | 1 0 - 1 YIL ARASI |
| ☐ | 2 1 İLE 3 YIL ARASI |
| ☐ | 3 3 YIL İLE 5 YIL ARASI |
| ☐ | 4 5 YIL İLE 10 YIL ARASI |
| ☐ | 5 10 İLE 20 YIL ARASI |
| ☐ | 6 20 YIL İLE 40 YIL ARASI |
| ☐ | 7 40 YILDAN FAZLA |

S3. Firmanızın ortaklık yapısı nedir?

- | | |
|--------------------------|-------------------|
| ☐ | 1 LIMITED ŞİRKET |
| ☐ | 2 ANONİM ŞİRKET |
| ☐ | 3 KOMANDİT ŞİRKET |
| ☐ | 4 KOLEKTİF ŞİRKET |
| ☐ | 5 İRTİBAT BÜROSU |
| ☐ | 6 ŞUBE |

S4. Firmanızın aktif büyüklüğü aşağıdaki aralıklardan hangisinin içerisinde?

- | | |
|--------------------------|-----------------------------------|
| ☐ | 1 0 - 1.000.000 TL ARASI |
| ☐ | 2 1.000.001 - 8.000.000 TL ARASI |
| ☐ | 3 8.000.001 - 40.000.000 TL ARASI |
| ☐ | 4 40.000.001 TL VE ÜZERİ |

S5. Firmanızın yıllık ciro değeri nedir? (TL Olarak)

☐	
--------------------------	----------------------

S6. Firmanızın yıllık net karı nedir? (vergiler düşülmüş ve amortismanlar eklenmiş ve TL olarak)

☐	
--------------------------	----------------------

S7. Firmanızda çalışan personel sayısı aşağıdaki aralıklardan hangisi içerisine girmektedir?

- | | |
|--------------------------|------------------|
| ☐ | 1 0 - 10 ARASI |
| ☐ | 2 11 - 50 ARASI |
| ☐ | 3 51 - 250 ARASI |
| ☐ | 4 251 VE ÜZERİ |

S8. Firmanızda kredi ürün tercihinde kararları kim ya da kimler vermektedir?

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| ☐ | 1 FİRMA SAHİBİ |
| ☐ | 2 YÖNETİM KURULU |
| ☐ | 3 GENEL MÜDÜR |
| ☐ | 4 FİNANSMAN MÜDÜRÜ |

S9. Firmanızın kredi ürün tercihlerini yapan yöneticiniz ya da yöneticilerinizin yaşı aşağıdaki aralıklardan hangisi ya da hangileri arasında yer almaktadır?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| ☐ | 1 30 YAŞ VE ALTINDAKİLER |
| ☐ | 2 31 İLE 40 YAŞ ARASI |
| ☐ | 3 41 İLE 50 YAŞ ARASI |
| ☐ | 4 51 İLE ÜZERİNDEKİLER |

S10. Firmanız kredi ürün tercihlerini yapan yöneticinizin ya da yöneticilerinizin öğrenim düzeyi aşağıdakilerden hangi tanım ya da tanımlamalara uygundur?

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| ☐ | 1 İLKÖĞRETİM |
| ☐ | 2 LİSE |
| ☐ | 3 LİSANS |
| ☐ | 4 YÜKSEK LİSANS |
| ☐ | 5 DOKTORA |

S11. Firmanızın Türkiye' deki merkezinin bulunduğu şehir neresidir?

- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| ☐ | 1 İSTANBUL |
| ☐ | 2 KOCAELİ |
| ☐ | 3 ANTALYA |
| ☐ | 4 DİĞER : <input type="text"/> |

S12. Firmanızın faaliyet alanı nedir?

- | | |
|--------------------------|---------------|
| ☐ | 1 ÜRETİCİ |
| ☐ | 2 PAZARLAMACI |
| ☐ | 3 SATICI |

S13. Firmanızın hammadde, yarı mamul vb. stok alımı var mıdır? (Türk Lirası)

- | | |
|--------------------------|-------|
| ☐ | 1 YOK |
| ☐ | 2 VAR |

S14. Firmanızın hammadde, yarı mamul vb. stok alımı var mıdır? (Yabancı Para Birimi)

- | | |
|--------------------------|-------|
| ☐ | 1 YOK |
| ☐ | 2 VAR |

S15. Firmanızın ithalatı var mıdır? (Mamul olarak)

- | | |
|--------------------------|-------|
| ☐ | 1 YOK |
| ☐ | 2 VAR |

S16. Firmanız ihracat yapmakta mıdır?

- | | |
|--------------------------|-------|
| ☐ | 1 YOK |
| ☐ | 2 VAR |

S17. Firmanız mal ve hizmet alımlarını aşağıdakilerden hangisi ya da hangileri ile gerçekleştirmektedir?

- | | |
|--------------------------|---------------------------------------|
| ☐ | 1 NAKİT |
| ☐ | 2 ÇEK |
| ☐ | 3 SENET |
| ☐ | 4 KREDİ KARTI |
| ☐ | 5 BARTER (ÜRÜN YA DA HİZMET DEĞİŞİMİ) |

S18. Firmanız satışlarını aşağıdakilerden hangisi ya da hangileri ile gerçekleştirmektedir?

- | | |
|--------------------------|---------------------------------------|
| ☐ | 1 NAKİT |
| ☐ | 2 ÇEK |
| ☐ | 3 SENET |
| ☐ | 4 KREDİ KARTI |
| ☐ | 5 BARTER (ÜRÜN YA DA HİZMET DEĞİŞİMİ) |

S19. Firmanızın dış kaynaklardan banka vb. kredi kullanma amaçlarınız nedir? Amaçlarınız ne olabilir?

- | | |
|--------------------------|---------------------------------------|
| ☐ | 1 STOKLARI FİNANSE ETMEK |
| ☐ | 2 ALACAKLARINIZI FİNANSE ETMEK |
| ☐ | 3 VADESİ GELEN BAŞKA BİR BORCU ÖDEMEK |
| ☐ | 4 YATIRIMINIZI FİNANSE ETMEK |
| ☐ | 5 DİĞER : <input type="text"/> |

S20. Firmanızın dış kaynaklardan kullanmış olduğu nakdi borçlanmanız varsa, yıllık ortalama kaç günlük nakit eksikliğinizi gidermektedir?

1	YOK
2	GÜN

S21. Firmanın dış kaynaklardan almış olduğu borç varsa yıllık borç miktar nedir? (Türk Lirası)

1	YOK
2	

S22. Hangi teminat ya da teminatlarla firmanız bankalardan kredi kullanmaktadır?

☐	1. NAKİT VE LİKİTE HEMEN DÖNÜLEBİLİR DEĞERLER
☐	2. TEMİNAT MEKTUPLARI, BAŞKA BANKA MEVDUAT VE BLOKE ÇEKLERİ
☐	3. ÇEK, SENET, ALACAĞIN TEMLİKİ, VESAİKLER, EXİM SİGORTA ALACAKLARI, B TİPİ YAT. FONU
☐	4. HİSSE SENEDİ
☐	5. KEFALET
☐	6. İPOTEK, MENKUL REHNİ, İŞLETME REHNİ, GARANTİ FONU, ŞİRKET TEMİNAT MEKTUPLARI
☐	7. AÇIK
☐	8. İYİNİYET VE GÜVENCE MEKTUPLARI

S23. Firmanız kredi kullanımlarını hangi sıklıkta yapmaktadır?

☐	1. HAFTADA BİR
☐	2. İKİ HAFTADA BİR
☐	3. ÜÇ HAFTADA BİR
☐	4. AYDA BİR
☐	5. ÜÇ AYDA BİR
☐	6. ALTI AYDA BİR
☐	7. YILDA BİR
☐	8. BELLİ BİR SIKILIĞI YOK, İHTİYAÇ OLDUĞUNDA

S24. Firmanız kredi kullanımlarında hangi para birimini tercih etmektedir?

☐	1 TL
☐	2 YABANCI PARA BİRİMİ

S25. Firmanızın kullandığı kredi türü hangisi ya da hangileridir? (Gruplarına göre)

☐	1 NAKDİ KREDİ
☐	2 GAYRİNAKDİ KREDİ
☐	3 DIŞ KREDİLER

S26. Firmanızın nakdi kredi kullanıyorsa tercihi hangisi ya da hangileridir?

- | | | | |
|--------------------------|--|--------------------------|--|
| ☐ | 1 YOK | ☐ | 14 REPO VE BANKANIN YATIRIM FONLARI KARŞILIĞI KREDİ |
| ☐ | 2 İSKONTO KREDİLERİ | ☐ | 15 ALTIN REHİNİ KARŞILIĞI KREDİ |
| ☐ | 3 İŞTİRA KREDİLERİ | ☐ | 16 ALACAĞIN - İSTİHKAKIN TEMLİKİ KARŞILIĞI KREDİ |
| ☐ | 4 SENET KARŞILIĞI AVANS KREDİLERİ | ☐ | 17 İPOTEK KARŞILIĞI KREDİ |
| ☐ | 5 DÖVİZE ENDEKSLİ KREDİLER | ☐ | 18 TİCARİ İŞLETME REHİNİ KARŞILIĞI KREDİ |
| ☐ | 6 SPOT KREDİLER | ☐ | 19 TAŞIT REHİNİ KARŞILIĞI KREDİ |
| ☐ | 7 BORÇLU CARİ HESAP KREDİSİ | ☐ | 20 BANKA KONTRGARANTİSİ KARŞILIĞI KREDİ |
| ☐ | 8 EMTIA - URUN VE MAL KARŞILIĞI KREDİ | ☐ | 21 SPOT DÖVİZE ENDEKSLİ KREDİ |
| ☐ | 9 MEVDUAT KARŞILIĞI KREDİ | ☐ | 22 GÜN İÇİ KREDİ |
| ☐ | 10 DÖVİZ TEVDİAT KARŞILIĞI KREDİ | ☐ | 23 KURUM TAHSİLATLARI VE TAKAS ÇEKLERİ NAKİT YÖNETİM KREDİSİ |
| ☐ | 11 İHRACAT KREDİSİ | ☐ | 24 ORTA VE UZUN VADELİ (TAKSİTLİ TİCARİ KREDİLER) |
| ☐ | 12 İTHALAT KREDİSİ | ☐ | 25 DİĞER NAKDİ KREDİLER |
| ☐ | 13 HAZİNE BONOSU, DEVLET TAHVİLİ, HİSSE SENEDİ İLE EUROBOND KARŞILIĞI KREDİLER | | |

S27. Firmanızın gayri nakdi kredi ihtiyacı varsa ürün tercihi hangisi ya da hangileridir?

- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| ☐ | 1 YOK |
| ☐ | 2 TEMİNAT MEKTUBU |
| ☐ | 3 KONTRGARANTİ MEKTUBU |
| ☐ | 4 AKREDİTİF GARANTİLERİ |
| ☐ | 5 KABUL VE AVAL KREDİLERİ |

S28. Firmanızın yabancı kaynaklı kredi ihtiyacı varsa ürün tercihi hangisi ya da hangileridir?

- | | |
|--------------------------|--|
| ☐ | 1 YOK |
| ☐ | 2 TÜRK EXIMBANK KAYNAKLI KREDİLER |
| ☐ | 3 GSM İHRACAT GARANTİ PROGRAMI |
| ☐ | 4 HERMES KREDİLERİ |
| ☐ | 5 İHRACAT SİGORTA KURULUŞLARININ GARANTİSİ KAPSAMINDA KULLANDIRILAN KREDİLER |

S29. Firma olarak kaç banka ile kredili çalışmaktasınız?

- | | |
|--------------------------|--------------|
| ☐ | 1 1 |
| ☐ | 2 2 |
| ☐ | 3 3 |
| ☐ | 4 4 VE ÜZERİ |

S30. Mevcutta bankalarda kaç adet kredi ürününüz bulunmaktadır?

- | | | |
|--------------------------|---|------------|
| ☐ | 1 | 1 |
| ☐ | 2 | 2 |
| ☐ | 3 | 3 |
| ☐ | 4 | 4 VE ÜZERİ |

S31. Firmanızın bankalarda ticari kartı var mıdır? Varsa ihtiyacınızdan dolayı mı, yoksa banka önerisinden dolayı mıdır?

- | | | |
|--------------------------|---|---------------|
| ☐ | 1 | YOK |
| ☐ | 2 | İHTİYAÇ |
| ☐ | 3 | BANKA ÖNERİSİ |

S32. Kredi ürün tercihinizde bankanın firmanıza önerisini dikkate alır mısınız?

- | | | |
|--------------------------|---|--------------------|
| ☐ | 1 | KESİNLİKLE ALIRIZ |
| ☐ | 2 | ALIRIZ |
| ☐ | 3 | YANSIZIZ |
| ☐ | 4 | ALMAYIZ |
| ☐ | 5 | KESİNLİKLE ALMAYIZ |

S33. Faiz ve komisyon oranlarının ürün tercihinize etkisi var mıdır?

- | | | |
|--------------------------|---|-------------------|
| ☐ | 1 | KESİNLİKLE VARDIR |
| ☐ | 2 | VARDIR |
| ☐ | 3 | YANSIZIZ |
| ☐ | 4 | YOKTUR |
| ☐ | 5 | KESİNLİKLE YOKTUR |

S34. Kullanmayı düşündüğünüz kredide döviz kuru riskinin, kredi ürün tercihinize etkisi var mıdır?

- | | | |
|--------------------------|---|-------------------|
| ☐ | 1 | KESİNLİKLE VARDIR |
| ☐ | 2 | VARDIR |
| ☐ | 3 | YANSIZIZ |
| ☐ | 4 | YOKTUR |
| ☐ | 5 | KESİNLİKLE YOKTUR |

S35. Mevsimsel ve dönemsel olarak kredi ürün tercihleriniz değişir mi?

- | | | |
|--------------------------|---|---------------------|
| ☐ | 1 | KESİNLİKLE DEĞİŞİR |
| ☐ | 2 | DEĞİŞİR |
| ☐ | 3 | YANSIZIZ |
| ☐ | 4 | DEĞİŞMEZ |
| ☐ | 5 | KESİNLİKLE DEĞİŞMEZ |

S36. Firma olarak istediğiniz kredi ürünü yerine bankanın önerdiği, kredi ürünlerini mi kullanırsınız?

- | | | |
|--------------------------|---|---|
| ☐ | 1 | KESİNLİKLE BANKANIN ÖNERİSİNİ KULLANIRIZ |
| ☐ | 2 | BANKANIN ÖNERİSİNİ KULLANIRIZ |
| ☐ | 3 | YANSIZIZ |
| ☐ | 4 | BANKANIN ÖNERİSİNİ KULLANMAYIZ |
| ☐ | 5 | KESİNLİKLE BANKANIN ÖNERİSİNİ KULLANMAYIZ |

S37. Kendi tercih ettiğiniz kredi ürününü kullanmak ister misiniz?

- | | | |
|--------------------------|---|----------------------|
| ☐ | 1 | KESİNLİKLE İSTERİZ |
| ☐ | 2 | İSTERİZ |
| ☐ | 3 | YANSIZIZ |
| ☐ | 4 | İSTEMEYİZ |
| ☐ | 5 | KESİNLİKLE İSTEMEYİZ |

S38. Firmanızın çalıştığı ya da çalışmayı düşündüğü finansal kurumlardaki kredi ürün çeşitliği sizce yeterli mi? Yeterli değilse olmasını istediğiniz kredi ürününü kısaca, aşağıdaki ayrılan bölüm içerisine tarif edebilir misiniz?

- | | | |
|--------------------------|---|----------------|
| ☐ | 1 | YETERLİ |
| ☐ | 2 | YETERLİ DEĞİL; |

Teşekkür ederim

Engin ŞAHİN

ÖZGEÇMİŞ

26 Temmuz 1982 Tarihi, İstanbul İli Şişli İlçesi doğumludur. İlk, orta ve liseyi yine aynı ilçede bitirmiştir. Askerliğini 2004 yılında Aksaray ili Ortaköy İlçe Jandarma Komutanlığı'nda yapmıştır. 2004 – 2005 yıllarında İş Bankası İşmer iştiraki Kart Basım Merkezi'nde çalışmıştır. 2005- 2008 yılları arasında yurtdışında Bulgaristan, Surinam ve Trinidad ve Tobago ülkelerinde özel bir şirkette surveillance olarak hizmet vermiştir. 2008 yılında Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü'nden mezun olmuştur. Aynı yıl, halen çalışmakta olduğu Türkiye Garanti Bankası A.Ş.'nde işe başlamıştır. 2013 yılında Beykent Üniversitesi, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Finans Yüksek Lisans Programına başlamıştır.

Özel ilgi alanları arasında, işletme yönetimi, mali tablolar analizi, stratejik karar verme süreçleri, karar verme süreçlerindeki istatistiksel analizler ve ekonomi gelmektedir.

İngilizce bilmekte olup, bekârdır.

Aday: Engin ŞAHİN