

**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

Sibel TURGUT

**TİCARİ BANKALARDA KURUMSAL KREDİLERİN PAZARLANMASI:
TÜRKİYE'DE ÇOK ŞUBELİ BANKALARDA BİR UYGULAMA**

89825

**Danışman
Yrd.Doç.Dr. Serdar TETİK**

**İşletme Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi**

Antalya, 1999

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMAN YAYIN MERKEZİ**

20. Firmaların kredi değerliliğini nasıl hesaplıyorsunuz?
- Eski kredilerini ödemelerindeki duyarlılıklarına göre
 - Teminatların değerliliğine göre
 - Mevcut riskleri ödemedeki tutumlarına göre
 - Diğer (.....)
21. Mevcut kredilerle ilgili olarak yapılan değişiklikleri müşterilere haber veriyor musunuz?
- (Veriyorsanız maddeler halinde yazınız.)
 -
 -
 -
22. Kredileri takibe alma politikalarınız nelerdir? Maddeler halinde yazınız.
-
-
-
23. Kredilerin takip şekilleri nelerdir? Maddeler halinde yazınız.
-
-
-
24. Takipteki krediler için nasıl karşılık ayırıyorsunuz? Maddeler halinde yazınız.
-
-

EK. 2

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI : Sibel TURGUT

Doğum Tarihi ve Yeri : 12.01.1974, Mucur/Kırşehir

Medeni Durumu : Bekar

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Antalya Anadolu Lisesi

Lisans Diploması : İ.Ü. İletişim Fakültesi Radyo-T.V. ve Sinema Bölümü

Yabancı Diller

: İngilizce, Almanca

İş Deneyimi

Stajlar : Yaz 1995 TRT İstanbul Televizyonu

Çalıştığı Kurumlar : 1993-1994 Tercüman Gazetesi İstanbul Bürosu
Türkiye İş Bankası A.Ş.

Adres : Yükseliş Mh. 2124. Sk. 52/3 Antalya

Tel. no : 0532 235 30 20

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İzletme Anabilim Dalında
YÜKSEK LİSANS TEZİ OLARAK kabul edilmiştir.

İmza

Başkan:

Prof. Dr. Fulya Sarvar

Üye (Danışman):

Yrd. Doç. Dr. İ. Heran Reik
İzletme

Üye:

Doç. Dr. Ayşe Kuvudüzüm

A. Çelik

Üye:

Üye:

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

.../.../...

imza

Müdür

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|-------------|
| TABLolar VE ŞEKİLLER | v |
| KISALTMALAR | vi |
| ÖZET | vii |
| ÖZET (İNGİLİZCE) | viii |
| ÖNSÖZ | ix |
| GİRİŞ | 1 |
| | |
| BİRİNCİ BÖLÜM : TEMEL KAVRAMLARIN AÇIKLANMASI | 3 |
| 1.1. BANKA İŞLETMELERİ | 3 |
| 1.1.1. Ticari Banka İşletmeleri | 5 |
| 1.1.2. Kamu Bankaları | 6 |
| 1.1.3. Bölgesel Ticari Bankalar | 6 |
| 1.1.4. Yatırım ve Kalkınma Bankaları | 6 |
| 1.1.5. Diğer Bankalar | 7 |
| 1.2. KREDİ KAVRAMI VE SINIFLANDIRMASI | 7 |
| 1.2.1. Bireysel Krediler | 10 |
| 1.2.2. Kurumsal Krediler | 11 |
| 1.2.2.1. Nakdi Krediler | 13 |
| 1.2.2.2. Gayrinakdi Krediler | 13 |
| 1.3. KISA VADELİ KREDİLER | 17 |
| 1.3.1. Açık Krediler | 18 |
| 1.3.2. Borçlu Cari Hesaplar | 20 |
| 1.3.3. İskonto/İştira Kredileri | 21 |
| 1.3.4. Senet Mukabili Krediler | 21 |
| 1.3.5. Pay Senedi ve Tahvil Karşılığı Krediler | 22 |
| 1.3.6. Emtia Karşılığı Krediler | 23 |
| 1.3.7. Kefalet Mukabili Krediler | 24 |

| | |
|--|----|
| 1.3.8. İhracat ve Eximbank Kredileri | 25 |
| 1.3.9. Döviz Kredileri | 26 |
| 1.3.10. Prefinansman Kredileri | 28 |
| 1.3.11. Kabul ve Aval Kredileri | 28 |
| 1.3.12. Temlik Karşılığı Krediler | 29 |
| 1.3.13. Akreditifler | 29 |
| 1.3.14. Teminat Mektupları | 31 |
| 1.3.15. Diğer Teminat Karşılığı Krediler | 33 |

İKİNCİ BÖLÜM : KURUMSAL KREDİLERİN ÖZELLİKLERİ VE PAZARLAMA SÜRECİ

2.1. KURUMSAL KREDİLERİN ÖZELLİKLERİ

| | |
|---|----|
| 2.1.1. Kurumsal Kredilerin Müşteri Grupları, Talebi ve Gelişmeler | 34 |
| 2.1.2. Kurumsal Kredilerin Arzı | 36 |
| 2.1.3. Kurumsal Kredilerin Kaynakları | 39 |
| 2.1.4. Kurumsal Kredilerin Fonksiyonları | 40 |
| 2.1.5. Kurumsal Krediler için Pazarlama Karması | 41 |
| 2.1.5.1. Ürün | 41 |
| 2.1.5.2. Fiyat | 41 |
| 2.1.5.3. Yer ve Dağıtım | 42 |
| 2.1.5.4. Tutundurma | 42 |

2.2. KURUMSAL KREDİLERİN PAZARLANMASI SÜRECİ

| | |
|---|----|
| 2.2.1. Hizmet Paketinin Hazırlanması Ve Sunulması | 42 |
| 2.2.2. Kredi Maliyeti ve Fiyatlandırması | 48 |
| 2.2.2.1. Kredi maliyetleri | 48 |
| 2.2.2.2. Fiyat Belirlemede Hareket Alanı | 49 |
| 2.2.2.3. Kredi Fiyatlandırması | 51 |
| 2.2.2.3.1. Müşteri İlişkileri Açısından Kredi Fiyatlandırması | 54 |
| 2.2.2.3.2. Vade ve Geri Ödeme Koşulları | 56 |
| 2.2.2.3.3. Fiyatlandırmada Etkili Olan Diğer Faktörler | 58 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.3. Müşteri Değerlendirme | 58 |
| 2.2.3.1. Kredi Limitlerinin Değerlendirilmesi | 61 |
| 2.2.3.2. Mali Analiz | 63 |
| 2.2.3.3. Teknik Analiz | 68 |
| 2.2.3.4. Pazarlama Açısından Analiz | 69 |
| 2.2.3.5. Yeni Firmalarda Değerlendirme Ölçütleri | 72 |
| 2.2.3.6. Analiz Sonuçlarının Değerlendirilmesi | 72 |
| 2.2.3.7. Kredi Karar Süreci | 73 |
| 2.2.4. Kredilendirme sonrası Müşteri İlişkileri | 75 |
| 2.2.4.1. Kredilerin Geri Ödenmesi | 76 |
| 2.2.4.2. Kredi Gözetimi | 77 |
| | |
| ÜÇÜNCÜ BÖLÜM : TÜRKİYE'DE ÇOK ŞUBELİ BANKALARDA KURUMSAL KREDİLERİN PAZARLAMA UYGULAMALARINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA | 84 |
| | |
| 3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ | 84 |
| 3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı | 85 |
| 3.1.2. Araştırmanın Yöntemi | 85 |
| 3.1.2.1. Ön Hazırlık | 85 |
| 3.1.2.2. Veri Toplama Aracı | 85 |
| 3.1.2.3. Örneklem | 86 |
| 3.1.2.4. Uygulama | 86 |
| 3.1.2.5. Veri Analiz Yöntemi | 86 |
| | |
| 3.2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMU | 87 |
| 3.2.1. Banka Uygulamaları ve Kredi Türlerine Göre Kurumsal Kredilerin Pazarlanması ile İlgili Bulgular ve Yorumu | 87 |
| 3.2.2. Kurumsal Kredilerin Müşteri Grupları ile İlgili Bulgular ve Yorumu | 89 |
| 3.2.3. Kurumsal Kredilere Uygulanan Faiz Oranları ile İlgili Bulgular ve Yorumu | 91 |
| 3.2.4. Kurumsal Kredilerin Pazarlanmasında Banka-Müşteri İlişkileri ile İlgili Bulgular ve Yorumu | 94 |

| | |
|---|-----|
| 3.2.5. Müşteri Değerlendirilmesi İle İlgili Bulgular ve Yorumu | 96 |
| 3.2.6. Kurumsal Kredilerin Pazarlanmasında Karşılanması Gereken Riskler ile İlgili Bulgular ve Yorumu | 100 |
| 3.2.7. Kredilendirme Sonrası Müşterilerin İzlenmesi İle İlgili Bulgular ve Yorumu | 102 |
| SONUÇ VE ÖNERİLER | 104 |
| KAYNAKLAR | 107 |
| EKLER | 109 |
| ÖZGEÇMİŞ | 114 |



Tablolar

| | Sayfa No |
|--|----------|
| Tablo 2.1. : Kredi Değerlilik Ölçütleri | 71 |
| Tablo 3.1 : Kurumsal Kredi Pazarlama Politikalarının Şubeler Tarafından Geliştirilme Oranı. | 87 |
| Tablo 3.2 : Döviz Kredilerinin Kullandırılma Oranı | 88 |
| Tablo 3.3 : Kurumsal Kredilerin Hedef Pazarına Göre Dağılım | 89 |
| Tablo 3.4 : Turizm Sektörüne Kullandırılan Kredilerin Banka Türlerine Göre Dağılımı | 90 |
| Tablo 3.5 : Turizm Sektörüne Kullandırılan Kredilere Sektörel Analiz Yapılma Oranı | 91 |
| Tablo 3.6 : Yıllık T.L. Faiz Oranlarının Banka Türlerine Göre Dağılımı | 92 |
| Tablo 3.7 : Müşteri Grupları Ya Da Kredi Türleri İçin Uygulanan Farklı Faiz Oranlarının Banka Türlerine Göre Dağılımı | 92 |
| Tablo 3.8 : Teminat Mektubu Faiz Oranları | 93 |
| Tablo 3.9 : Mevcut Kredilere Her Yıl Düzenli İstihbarat Yapılma Oranı | 94 |
| Tablo3.10: Kredilendirme Sonrası Müşteri İlişkilerinin Banka Türlerine Göre Dağılımı | 95 |
| Tablo 3.11: Kredi Analizi | 96 |
| Tablo 3.12: Maliyet Analizi Uygulamaları | 98 |
| Tablo 3.13: Kredi Değerliliği | 99 |
| Tablo 3.14: Kullandırılan Kurumsal Kredilerin Teminatlarının Banka Türlerine Göre Dağılımı | 100 |
| Tablo 3.15: Kurumsal Kredilerin Vadelerinin Banka Türlerine Göre Dağılımı. | 101 |
| Tablo 3.16: Akreditif İşlemlerinde Yapılan Ayrımın Banka Türlerine Göre Dağılımı. | 102 |

Şekiller

| | |
|---------------------------------------|----|
| Şekil 1 : Kredilendirme Süreci | 60 |
|---------------------------------------|----|

KISALTMALAR

BCH : Borçlu Cari Hesaplar

Bkz : Bakınız

DPT : Devlet Planlama Teşkilatı

GNGKS : Genel Nakdi-Gayrinakdi Kredi Sözleşmesi

KMK : Kefalet Mukabili Kredi

S : Sayfa

SMK : Senet Mukabili Kredi

Tb : Tarihi Bilinmiyor

TBB : Türkiye Bankalar Birliği

TCMB : Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası

TUB : Teşvik ve Uygulama Başkanlığı

Vb : Ve benzerleri

ÖZET

Günümüz bankacılığında hizmet fonksiyonunun artan önemine karşın, kredilendirme hala bankacılığın temel faaliyet konusu ve en büyük kar sağlayan fonksiyonu olma özelliğini sürdürmektedir. Son zamanlarda banka sayısının artması ve yeni kredi olanaklarının doğması bu alanda yoğun bir rekabet ortamını doğurmuştur.

Bu rekabet ortamında, ortaya çıkan etkin bir pazarlama politikasının gerekliliği çalışmamızın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada öncelikle kredilere ilişkin genel bilgiler verilmiş ve ticari bankaların kredilendirme süreci ile kısa vadeli kredilerin pazarlama süreci üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda “Hizmet Paketinin Hazırlanması ve Sunulması”, “Kredi Maliyetleri ve Fiyatlandırması”, “Müşteri Değerlendirme” ve “Kredilendirme sonrası Müşteri İlişkileri” konuları ayrıntılı bir biçimde incelenmiştir. Çalışmanın araştırma bölümünde ise Türkiye’de faaliyet gösteren çok şubeli bankalardan üçü kamu bankası on altı tanesi de özel banka olmak üzere toplam on dokuz çok şubeli bankanın üst yönetimine uygulanan anket çalışmasına yer verilmiştir. Bu çalışma ile, seçilen bankaların mevcut uygulamaları arasındaki farklılıklar ortaya çıkarılmış ve sonuç bölümünde de elde edilen bilgiler ışığında öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

Marketing of Commercial Credits in Commercial Banks and an Application in Multi-Branched Banks in Türkiye

Although the service providing function of banking in recent years has gained importance, the lending function still remains as the main activity and the most profitable function of banking. As the banks and new credit possibilities are increasing in number, a great competition has started in this area.

The need for an effective marketing policy on this competitive environment is the theme of our study. Before the empirical application, general information on lending is given, then lending process and the marketing of short term credits are discussed. In the empirical application, a questionnaire was carried out with the managers of nineteen multi-branched banks, three governmental and sixteen private. In this study the differences between the recent credit applications of these banks we examined and depending on this information suggestions were developed.

ÖNSÖZ

"Ticari Bankalarda Kurumsal Kredilerin Pazalanması " konulu bu çalışma, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yüksek Lisans Programına Yüksek Lisans Tezi olarak sunulmuştur. Çalışmada, bankacılık ve kredilendirme üzerine kavramsal açıklamaların yanı sıra kredilendirme sürecinde pazarlamanın önemini vurgulayan bir yaklaşım sunulmaktadır.

Öncelikle bu çalışmanın hazırlanmasında önemli katkıları olan danışmanım Yard. Doç. Dr. Serdar TETİK'e ve Yüksek Lisans Tezi Jüri Üyelerine, Yüksek Lisans Programı boyunca desteklerini esirgemeyen İşletme Bölümü öğretim üyelerine ve başta Koray Çetin ve Can Deniz Köksal olmak üzere tüm araştırma görevlilerine teşekkürü borç bilirim.

Türkiye'de bankacılığın en saygın ismi olan ve benim de mensubu olmaktan gurur duyduğum Türkiye İş Bankası A.Ş.'nin Antalya Şubesi Şube Müdürü Köksal Burkan'a ve çalışmalarım boyunca desteklerini esirgemeyen tüm yöneticilerime ve çalışma arkadaşlarıma da verdikleri manevi destekten dolayı teşekkür ederim.

Ayrıca, yaşamımın her döneminde olduğu gibi bu çalıma döneminde de hiçbir fedakarlıktan kaçınmadan, bana en büyük desteği veren aileme de sonsuz teşekkür ederim.

Sibel TURGUT

GİRİŞ

Son yıllarda ekonomik yapıda gerçekleştirilen değişikliklerin en belirgin sonuçları bankacılık sisteminde hissedilmektedir. Ekonomide liberal düşüncenin hakim kılınması isteği para ve kredi politikalarında da önemli düzenleme ve değişiklikleri gerektirmektedir. Bu gelişmenin sonucu olarak da ticari bankaların kredi politikalarında yapısal değişiklikler yapma gereği doğmuştur.

Bilindiği gibi, bankaların mevduat toplamının yanında en önemli işlevlerinden birisi, kredi pazarlama ve menkul kıymet yatırımlarıdır. Günümüzde bankaların hizmet fonksiyonlarının öneminin giderek artması, esas işlevleri olan kredilendirmeye verilen önemi azaltmamaktadır. Bir ülkede ekonomik gelişmişliğin büyüklüğü ve sürekliliği açısından kredi kullanımı zorunludur. Ekonomik süreç içerisinde ticari faaliyetlerin sürekli artması ve çeşitlenmesi fon ihtiyacını biraz daha arttırmaktadır. Bu fonlar da büyük ölçüde bankalardan sağlanan kredilerle karşılanmaktadır.

Günümüz ekonomik koşullarında artan işletme iflaslarının gözlenmesi bankaları öncelikle güvenilir ve finansal davranışları istikrarlı müşterilere yönelmeye zorlamaktadır. Bu bağlamda artan rekabet, bankaların daha çok pazara yönelmelerini gerektirmektedir. Müşteri seçiminde daha titiz davranmaya özen gösterildikçe, bu tür seçkin müşterilerden gelen taleplerin karşılanması için de rakiplerin davranışlarının daha iyi gözlemlenmesi ve ürün ve hizmet paketlerinin de bu oranda titizlikle hazırlanıp sunulması gereği ortaya çıkmaktadır.

Kredi kurumlarının müşterilerinin başarısızlık sonuçlarından etkilenmemesi bakımından da kredi kararından önce kredilendirilecek proje ve müşterinin ayrıntılı olarak incelenmesi önem kazanmaktadır. Kredi kurumları ile müşteriler arasındaki ilişkilerin düzenli olarak sürdürülmesinde gerekli olan rekabet ortamının yaratılması ve optimal ürün ve hizmetin sunulmasında etkinliği belirlemeyi amaçlayan bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde ticari banka ve krediler kavramsal olarak ele alınmış ve ilk çıkış noktasından günümüze bankacılığın gelişimi incelenmiş, ardından da kurumsal kredilerin fonksiyonları ve unsurları incelenerek kredi türleri açıklanmıştır. Bu bölümde krediler vadelerine göre ayrılarak, günümüz koşullarında ekonomik olması ve daha az risk içermesi açısından yaygın olarak kullanılan kısa vadeli krediler ayrıntılı olarak incelenmiştir.

İkinci bölüm kredi pazarlama sürecinin kavramsal olarak incelenmesine ayrılmıştır. Bu bölümde kredi pazarlama fonksiyonu, müşteri ilişkileri ve fiyatlandırma politikaları açısından incelenmiştir. Ardından pazarlama stratejileri ve hedef pazarlama politikaları incelenmiş, kredilendirme sonrası banka-müşteri ilişkileri ele alınarak kredinin normal ya da tehlikeli durumlarda gözetimi ele alınmıştır.

Çalışmanın son bölümünde ise Türkiye’de faaliyet gösteren on dokuz ticari banka ile yapılan anket çalışmasının verileri ve bu çalışma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmanın kapsamını Türkiye’de faaliyet gösteren, yerli ya da yabancı sermaye ile kurulmuş çok şubeli bankalar oluşturmuştur. Veri toplamak için kullanılan bir örneği Ek.1’de yer alan soru formu hazırlanmadan önce bankacılık sektörü ve krediler ile ilgili yazılı ve sözlü kaynaklardan bilgi toplanmıştır. Konuyla ilgili literatürün de incelenmesi sonucunda soru formu oluşturulmuştur.

Soru formlarının öncelikle bankaların Krediler Müdürlükleri’nde görevli üst düzey yönetici ya da uzmanlar tarafından doldurulması uygun görülmüş ve formlar bankaların anılan birimlerine gönderilmiştir. Soru formları ilgili bankalara posta yöntemiyle gönderilmiş ve cevapların tanıtım yazısında yer alan faks numarasına gönderilmesi ya da formlarla birlikte gönderilen adres kısımları doldurulmuş zarflar ile postaya verilmesi istenmiştir. Geri dönmesi geciken soru formlarının zamanında gelmesinin sağlanması için ilgililer telefonla aranmıştır.

Çalışmanın frekans analizinde SPSS paket programı kullanılmış ve bulgular yüzde dağılım tabloları kullanılarak özetlenmiş ve bulgular yorumlanmıştır. Sorulan soruların her birine cevap alınmıştır. Bazı açık uçlu sorular da okunarak yorumlanmıştır. Çalışmanın özetinin ve değerlendirilmesinin yer aldığı sonuç bölümünde ise ticari bankaların kredi pazarlama sürecinde başarılarının artırılmasını sağlayabilecek önerilere yer verilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TEMEL KAVRAMLARIN AÇIKLANMASI

1.1. Banka İşletmeleri

Bugünkü iktisadi ve ticari hayat içinde çok önemli bir yere sahip olan banka; sermaye, para ve kredi üzerine her çeşit işlemleri yapan ve düzenleyen özel ve tüzel kişilerin, devletin ve işletmelerin bu alandaki her türlü ihtiyaçlarını karşılamak üzere çalışan bir iktisadi kuruluştur (Kocaimamoğlu, 1985, s. 70).

Bankalar, belirli ekonomik ve ticari ilişkilerin bir ürünü olduğundan farklı dönemler için farklı şekillerde tanımlanabilirler. Uzmanların bir kısmı, bankaları, halkın belli bir zaman içinde harcamadığı paraları kabul ederek, bunları nema getirir şekilde kredi veren, plase eden, ödemelerde aracılık eden, para nakli, senet tahsili, emanet kabulü gibi çeşitli hizmetler gören işletmeler olarak tanımlamışlardır.

Bazı yazarlara göre bugünkü ekonomik ve ticari ilişkiler içinde çok önemli bir yeri olan “Banka”, sermaye, para ve kredi konularına giren her çeşit işlemleri yapan ve düzenleyen, özel veya kamusal kişilerle işletmelerin bu alandaki her türlü ihtiyaçlarını karşılama faaliyetlerini temel uğraş konusu olarak seçen bir ekonomik birimdir.

Bir başka yazara göre ise, ekonomideki işlevleri açısından özellikle ticaret bankalarını kapsayan bir tanım vermiştir. Bu tanıma göre bankalar, kitlelerden mevduat ve diğer isimler altında kaynak toplayan, bu kaynakları kredilendirme ve diğer mali işlemlerde kullanan, bu işlemleri devamlı uğraşları olarak yapan, ekonomide kaydi para yaratan mali kurumlardır.

Banka’yı çeşitli şekillerde sermaye ve para ticareti yapan kurum olarak tanımlayan uzmanlar yanında, işletmecilik açısından “belirli bir sermaye ile kurulmuş, saptanan amaçlara göre örgütlenmiş, bir takım hizmetleri yerine getirerek gelir sağlayan, hissedarları, borçluları ve alacaklıları olan hizmet işletmeleridir, ” şeklinde tanımlayan kaynaklar da vardır (Uzkesici, 1994, s. 8).

Banka ve bankacılık üzerine yapılan bu tanımlamaların ardından bankacılık tarihinin gelişimine kısaca bir göz atmakta yarar görülmüştür. Bankacılığın çok eski bir geçmişi vardır.

Ama banka, aslında bugünkü adını İtalyanca'da masa anlamına gelen Banco (Banko) sözcüğünden almıştır.

Eski zamanlarda İtalya'da sokak başlarında önlerine birer masa yerleştirerek madeni paraların ağırlıklarını tartan, ayarlarına bakan, değersiz paraları yenileriyle değiştiren, para bozmak, muhafaza etmek gibi çeşitli işler yapan sarraflar bulunmuş. Bu sarraflara XII. yüzyılda Cenova şehrinde banker adı verilmiş. Eski Yunanlılarda bankerliği daha çok papazlar yaparlardı. Bunlar muhafaza için aldıkları paraları, ihtiyacı olan kimselere borç para şeklinde verirlerdi. Ortaçağda bankacılıkta özellikle Haçlı Savaşları zamanında para ve kredi işleri yüzünden ilerleme görülmüştür. Bu devirde birçok Ciro bankaları kurulmuştur. Yalnız bu devirde yanlış yol ve yöntemler yüzünden birçok banka da iflasa sürüklenmiştir.

Daha sonra bankacılık alanında gelişmeler olmuş ve daha sağlam esaslara dayanan bankalar kurulmaya başlanmıştır.1609 yılında kurulan Amsterdam Bankası büyük bir güven kazanmış ve kısa zamanda büyük bir banka halini almıştır. Bunu Hollanda Bankası (1814) izlemiştir.

Bu zamanda diğer birçok önemli bankalar da kurulmuştur. Bunlardan İngiltere Bankası (1694) bu devrin en tanınmış bankalarındandır. Bir süre sonra Fransa Bankası (1800) Napolyon tarafından kurulmuştur. Almanya'da önce Prusya Bankası (1847) ve 1875 yılında bunun yerine "Raysbank" kurulmuştur. Bu bankalar ilk önemli Merkez Bankaları olmuşlardır (Kocaimamoğlu, 1985, s. 70-71).

Ancak birtakım yazarların incelemelerine göre, banka ve bankacılık işlemlerinin çok eski çağlarda bilinmekte olduğu ve bu anlamda mali müesseseler bulunduğu anlaşılmıştır.

Milattan önceki yıllarda, Babiller ve Fenikeliler'de mevduat ve kredi işlemleri yanında şarap, emlak ve hatta esir ticareti de yapan yine Babil'de tarım kredisi veren ve bu hususta mukavele örnekleri dahi tespit edilmiş bulunan Babil Mabel Bankaları'nın bulunduğu öğrenilmiştir. Daha sonra Yunanlılarda da banka ve banka işletmeleri ile Delphi ve Ephesus tapınaklarında, tarım kredi işleri gelişmiş, sonraları diğer mabetler de bu işlere karışarak birtakım itibar ve ticaret işleri yapmaya başlamışlar, aynı zamanda amme müesseseleri de bankacılık faaliyetlerinde bulunmuşlardır.

Para ekonomisine daha önce geçmiş bulunan Yunanistan ile İtalya arasında meydana gelmeye başlayan ticari bağlantılarla para değerlerinin değiştirilmesi sebebiyle İtalya’da da sarraflık başlamıştır (Ataş, (tb), s. 7-8). Bankacılığın bundan sonraki gelişimi yukarıda da anlatıldığı şekilde uluslararası ticari ilişkilerin gelişmesine paralel bir gelişim göstermiş ve bir ihtisas ve özel ticaret kolu olarak Avrupa kıtasına yayılmıştır. Amerika’nın keşfiyle de, bankacılık işlem ve teşkilatları da genişlemiş ve dış ticaret ödemelerine aracılık etmeye başlamıştır. Diğer yandan XVII. yüzyıldan itibaren bankacılık işlemlerine banknot ihracı işlemleri de eklenmiş ve bu işlem devlet tekeline alınıncaya kadar devam ettirilmiştir.

Bankaların tanımında olduğu gibi gruplandırılmasında da çeşitli güçlüklerle karşılaşılır. Bankaları kesin hatlarla birbirinden ayrılan gruplara ayırma düşüncesi,ülke düzeyinde kısmen mümkünse de,dünya genelinde oldukça güçtür. Konunun karmaşıklığı,bankacılık faaliyetlerinin ülke ekonomisine ve sermaye piyasasına bağımlılığından, faaliyet sahasının genişliğinden,bankaların büyük ölçüde yasaların denetiminde bulunmasından kaynaklanmaktadır. Ükelere göre banka sisteminde farklılıklar olması,bankacılık faaliyetlerinin önem sırasının ülkelere göre değişmesi, farklı amaçlarla kurulan bankaların diğer bankacılık faaliyetlerini de yerine getirmesi,gruplandırmayı güçleştiren temel nedenlerdir.

Tüm bu güçlüklerle rağmen konuya sınırlılık getirmek amacıyla,bazı kriterler esas alınarak (hukuki yapılarına,sermaye yapılarına,fonksiyonlarına vb. göre) bankalar aşağıdaki gibi gruplandırılmıştır (Geylan, 1985, s.16).

1.1.1. Ticari Banka İşletmeleri

Banka denince ilk akla gelen “Ticari Banka İşletmeleridir”.Ülkelerin para sistemini düzenleyen temel öğeler, genellikle, devlet, merkez bankası ve ticari bankalardır. Ticari bankalar öncelikle kar amacı güden işletmelerdir. Bu açıdan diğer işletmelere benzerler.

Ticari banka işletmelerini diğer kar amacına yönelik ticari işletmelerden farklı kılan en önemli özellik ise ticari bankaların kar amacına yönelik diğer işletmelere göre daha az serbestiye sahip olup, çalışmalarının başta 3182 sayılı Bankalar Kanunu olmak üzere çeşitli yasalarla düzenlenmiş olmasıdır (Usta, 1991, s.13).

Genel bir tanımlama ile, ticari bankalar, vadeli ve vadesiz mevduat kabul etmek, ticari senetleri iskonto etmek, borçlu cari hesap açmak, kambiyo işlemleri yapmak, havale kabul

etmek ve ödenecek esham ve tahvilat işleri yapmak, kiralık kasalar bulundurmak, toplanan mevduatı ticaret ve sanayici emrine hazır tutmak, ticari ve sınai yatırımlara iştirak etmek gibi her çeşit banka işlemlerini yaparlar (Kocaimamoğlu, 1985, s.70).

Ticari bankaların geleneksel faaliyetleri mevduatın her çeşidini toplayarak bu fonları, kısa, orta ve hatta uzun vadeli krediye dönüştürmektir. Temel fon kaynaklarının mevduatlardan oluşması nedeniyle, mevduat bankaları olarak da isimlendirilen ticaret bankaları, son yıllarda teknolojik gelişmelerin de etkisiyle yaygın bireysel hizmetler sunmakta, fonlarını daha etkin bir şekilde yönetebilmekte (ulusal ve uluslararası para piyasası sayesinde) ve menkul kıymetlerin arzı, müşteriler adına alınıp satılması konusunda da faaliyetlerde bulunmaktadırlar (Uzkesici, 1994, s.22).

1.1.2. Kamu Bankaları

Bu tür bankalar, özellikle küçük tacir ve esnafın paraya ve krediye olan ihtiyaçlarını karşılamak ve onlara ait banka işlemlerini görmek amacıyla kurulan bankalardır. Başka bir deyişle, ekonomide ulaşılması öngörülen ekonomik ve sosyal amaçları gerçekleştirmek için kredi sağlayan “Kamusal Sermayeli” bankalara Kamu Bankaları adı verilir.

1.1.3. Bölgesel Ticari Bankalar

Belirli bir il veya ilçede, orada yerleşmiş kişiler tarafından kurulmuş ve başka yerlerde az sayıda şubesi bulunan veya hiç şubesi bulunmayan bankalardır. Günümüzde bu tür bankalara pek rastlanmamakla birlikte, bilgi olarak verilmesinde yarar görülmüştür.

1.1.4. Yatırım ve Kalkınma Bankaları

Ekonomide ulaşılması öngörülen ekonomik ve sosyal amaçları gerçekleştirmek için yatırım kredisi sağlayan kamusal veya özel sermayeli bankalara “Yatırım ve Kalkınma Bankaları “ denilmektedir. Bu tür bankalar, yatırım projelerinin geliştirilmesi ve değerlendirilmesi konularında ihtisaslaşmışlardır (Usta, 1991, s. 14).

1.1.5. Diğer Bankalar

Diğer bankalar adı altında incelemeye aldığımız bu bölümü 3 grupta ele almak yerinde olacaktır.

- **Banka Olmayan Tasarruf Kurumları**

Yukarıda anlatılan banka türündeki kuruluşlar dışında uzun vadeli fon yaratan bazı tasarruf kurumları da vardır. Söz konusu kurumlarda, memur ve işçilerden yapılan emeklilik kesintileri sonucunda büyük fonlar birikebilmekte ve bu birikimler üyelerin gereksinimlerini karşılamada rol alabilmektedir. T.C. Emekli Sandığı, Sosyal Sigortalar Kurumu, Bağkur gibi kurumlar bu tür kuruluşlara örnek olarak sayılabilir.

- **Banka Olmayan Özel Finans Kurumları**

Banka olmamakla beraber, Bankalar Kurulundan aldıkları özel yetkiye dayanarak, mevduat kabulüne ve çeşitli bankacılık işlemlerini yapmaya, topladıkları mevduatı kredi olarak plase etmeye yetkili kılınan anonim şirket şeklindeki kuruluşlara özel finans kurumları denir. Bu tür kuruluşlar yukarıda bahsedilen işlemleri yaptıkları halde 3182 sayılı Bankalar Kanununa tabi değildirler (Usta, 1991, s. 14). Türkiye’de de bu tür kuruluşların bir çok örneğine rastlanmaktadır (İhlas Finans vb.)

Çalışmamızın temel konusunu ticari banka işletmeleri oluşturduğundan diğer banka işletmeleri üzerinde kısaca durmakta yarar görülümüş ve yalnızca tanımlarının verilmesi yeterli görülmüştür.

1.2. Kredi Kavramı ve Sınıflandırılması

Kredi sözlük anlamı itibariyle, itibar, saygınlık demektir. Ödünç alınan para veya peşin para vermeden alınan mal, kredi kavramına girer (Kocaimamoğlu, 1985, s. 406). Krediyi bir başka şekilde “tarafardan birinin diğer tarafa fonlarını karşılık isteyerek veya istemeyerek kiralamayı kabul ettiği bir işlem” olarak tanımlamak olanaklıdır (Aras, 1996, s. 3).

Ekonomi bilimi bakımından ise krediyi, karşılığı bir süre sonra verilmek vaadiyle mal, hizmet ve satın alma gücü sağlayabilme kabiliyeti ve imkanını şeklinde tanımlamak veya hazır bir servetin ileride meydana gelecek bir servetle mübadelesidir şeklinde ifade etmek de

mümkündür (Ataş, (tb), s. 29). Bir başka tanımı ile de kredi, var olan satın alma gücünün belli bir zaman sonra geri alınmak üzere başka bir kimseye devredilmesidir denebilir.

Kredinin bankacılık açısından tanımı ise; “Bir bankanın yapacağı istihbarat sonucunda, gerçek veya tüzel kişilere; yasaları, bankanın iç kurallarını ve kaynaklarını da göz önünde bulundurarak, teminat karşılığı veya teminatsız olarak para, teminat veya kefalet vermek şeklinde tanınan olanak veya limittir”, şeklinde yapılabilir.

Günümüzdeki iktisadi ve ticari faaliyetlerin sınırsız bir şekilde artması ve çeşitlenmesi, tüccarların, sanayicilerin imalatçıların ve üreticilerin yatırım ve işletme masraflarının devamlı olarak artmasına neden olmaktadır. Hiç şüphesiz bütün bu ihtiyaçların belirli bir para ile karşılanması imkansızdır. Bu nedenle üretimin aksamaması veya durmaması, elde edilecek malların tüketiciye kadar ulaştırılması ve üretim ve imalat faaliyetlerini sürekli kılacak bir sisteme ihtiyaç vardır. Bu sistem kredi sistemidir ve bankalar ve diğer finans kuruluşları tarafından sağlanır (Usta, 1991, s. 1).

Kredi işlemleri uzun yıllar sadece varlıklı özel şahıslar arasında kullanılan bir işlem olmuş, modern bankacılığın doğuşundan sonra ise bankalar tarafından uygulanmaya başlanmıştır. Günümüzde ise hem bireysel hem de ticari anlamda yaygın bir kullanım alanı olan kredi faaliyetlerinin sayısız faydaları ve önemli bir rolü vardır (Ataş,(tb), s. 31).

Kredi bir ülkede ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi ve ekonomik büyümenin sürekliliği açısından kullanımı zorunlu olan bir finansal kaynaktır. Ekonomide iktisadi ve ticari faaliyetlerin sürekli artması ve gelişmesi, işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmesi ya da hızlı değişimlere uyum sağlayabilmesi için fon ihtiyacı ise büyük ölçüde ticari bankalardan sağlanan kredilerle karşılanmaktadır (Aras, 1996, s. 5).

Bilindiği gibi kredi yolu ile mal ve hizmetin mübadelesi çoğalır ve hızlanır. Günümüz şartlarında kredinin, yeni teşebbüslerin kurulmasına, gelişmesine, bunların üretimlerinin artmasına, tarım alanında verimsiz arazinin açılmasına, eksilmesine, ürünlerin çoğaltılarak geliştirilmesine yaptığı hizmetler ve etkiler bakmadan, yeni mal ve hizmetlerin üretilmesine direkt olarak olmasa bile, önemli etkileri olduğu kabul edilebilir.

Diğer taraftan kredi, piyasanın talep esnekliğini de etkiler, talep hacminin artmasında veya azalmasında rol oynar. Özellikle ticaret piyasasında mal ve hizmetlerin müşteri bulmasını

kolaylaştırır. Talebin bu elastikiyeti ile üretim de etkilenir. Ayrıca, tüketim için yapılan talepleri artırır. Tüketim kredilerinin artması ile yükselen talep imkanı sonucunda üretim çoğalır ve genişler (Ataş, (tb), s. 31).

Kredi, genel olarak dört temel faktörden oluşur. Bunlar, zaman, güven, risk ve gelir faktörleridir. Bu faktörlerle çalışmanın ilerideki bölümlerinde kavram olarak sıkça karşılaşılacağından, kısaca açıklanmalarında fayda görülmüştür.

- **Zaman;** yukarıda kredi ile ilgili yapılan tanımda da görüldüğü gibi, devredilen satın alma gücünün belli bir zaman sonunda ödenmesi vaadinden söz edilmektedir. Yani zamansız ya da vadesiz bir işlem, kendiliğinden kredi niteliğini kaybeder.

- **Güven;** belli bir zaman geçtikten sonra krediye konu olan borcun vadesinde ödeneceğinden emin olunması “güven” unsurunu meydana getirir. Güven duyulmayan veya güven konusunda kuşku bulunan bir firma ile kredi ilişkisine girilmez. Güvenin kredi ilişkisine girildikten sonra zedelenmesi ise, kredinin hızla tasfiye ve iptalini gerektirir (Usta, 1991, s. 3). Nitekim, kredinin tanımı yapılırken de kelime anlamının itimat etmek olduğu belirtilmişti.

- **Risk;** kredinin yapısında borcun, işin veya hizmetin çeşitli nedenlerle yerine getirilememesi tehlikesi vardır. Bu tehlike risk unsurunu oluşturur. Riskin derecesi ise vade sonunda anlaşılacakla beraber, firmanın mali gücüne, karşı tarafın yükümlülüklerini zamanında yerine getirmekten kaçınmasına veya getirememesine ve alınacak teminatın cinsine göre değişir. Kredi işlemlerinde risk unsuru üzerinde aşağıdaki bölümlerde ayrıntılı biçimde durulacağından, bu bölümde kısaca değinilmesi uygun görülmüştür.

“Kredi işleminin bir hastalığı” diyebileceğimiz riskin tamamen önlenmesi mümkün olmamakla beraber, bir takım mesleki bilgiler, tedbirler, ileriye görüş ve zeka gibi faktörler, risk unsurunu değişik ölçülerle azaltabilir (Ataş, 1996, s. 30-31).

- **Gelir;** kredinin faiz ve komisyonundan oluşur. Faiz, basit anlamı ile nakit kredinin ücreti olarak düşünülebilir. Bankalar var olan kaynakları ile çeşitli şekillerde edinmiş oldukları tüm kaynaklarını, maliyet değerinin üzerinde değerlendirmek ve gelir elde etmek zorundadır. Bu zorunluluğun nedenlerini ise; varlıklarını devam ettirebilmek ve geliştirebilmek, toplamış oldukları mevduatlara karşı olan sorumluluklarını yerine getirebilmek ve hissedarlarına gereken karı temin edebilmek olarak açıklayabiliriz. Gelirin bir başka unsuru

olan komisyon ise, bazı nakit kredilerde faize ek olarak uygulanabileceği gibi, gayri nakdi kredilerin asıl geliridir (Usta, 1991, s.3).

1.2.1. Bireysel Krediler

Geleneksel olarak, ticari bankaların müşterilerine geçici bir destek sağlamak için sadece kendi kendini finanse eden krediler sundukları varsayılmıştır. Hatta ticari bankaların ilk dönemlerinde bu geleneğin gerçeklerden daha çok ideal olarak kalması mümkün olmuştur. Bugün ise uygulamada krediler sadece kısa vadeli, kendi kendini finanse eden ticari veya bireysel kredilerden oluşmaktadır (Aras, 1996, s. 7).

Türkiye’de faaliyet gösteren ticari bankaların tamamına yakını ticari ve sınai faaliyetleri finanse etmektedirler. Bunun sonucu olarak bankalarda biriken fonlar ticari ve sınai şirketlere yöneltilmektedir. Yakın bir geçmişe kadar gerçek kişilerin gayri ticari amaçlarla bankalardan kredi kullanmalarına ender rastlanmaktaydı. Kredi ihtiyacı olan kişiler genellikle bu ihtiyaçlarını satıcı firmaların piyasada kullandıkları taksitli satış kampanyalarından faydalanarak gidermekteydiler (Usta, 1991, s.32).

Birey olarak kredi kullanıcıları, banka işletmeciliğinde her zaman önemli bir faktör olmuşturlar. Uzun yıllar, tüketicilerden elde edilen mevduatlar ticari bankaların en önemli fon kaynaklarını oluşturmuştur. Buna rağmen kredi açısından tüketici-banka ilişkileri çok fazla eskilere dayanmaz. Başka bir deyişle, tüketiciler bankaların kredi portföyleri açısından tam anlamıyla yeni bir faktördürler (George,Coleman ve Simonson, 1994, s.410). Türkiye koşullarında ise bireysel kredilere olan talep, özellikle 1985’li yıllarda ortaya çıkmaya başlamış ve böylece de birçok ticari bankada bu tür kredilerle ilgili uygulamalar yaygınlaştırılmaya başlanmıştır.

Bireysel krediler, gerçek kişilerin mal ve hizmet edinme sırasında ihtiyaç duydukları finansmanın, bankalar tarafından karşılanması esnasında, alınan kredinin eşit taksitlerle ve önceden belirlenmiş vadelerde ödenmesi esasına dayanır.

Bireysel krediler, tüketim harcamalarını karşılamak amacıyla tüketicilerce kullanılan kredilerdir. Bu tür krediler, mal ve hizmet mübadele hacmini artırır ve elinde hazır satın alma gücü olmayan kimseler, bir takım tüketim malları ihtiyaçlarını kredi ile temin etme yoluna

gidebilirler. Bu tür kredilerin geri dönmesi krediyi kullananın gelecekteki gelir ve gider durumu ile ilişkilidir (Usta, 1991, s.9).

Gerçek kişilerin ticari olmayan her türlü mal ve hizmet alımları için talep edilebilen bireysel krediler, birden fazla isim altında uygulama alanı bulabilmektedir. Bunlardan bazıları, beyaz eşya kredisi, mobilya kredisi, seyahat kredisi, eğitim kredisi, konut veya kooperatif destek kredisi, otomobil kredisi, ticari destek kredisi, vb. şeklinde sıralanabilir. Başka bir deyişle bu tür kredileri taksit kredileri olarak da adlandırabiliriz.

Bireysel krediler içinde ele alınabilecek, bankaların en yeni hizmetlerinden olan, kredi kartları, overdraft (kredili mevduat) hesapları ve uzun vadeli bazı krediler, kredi kavramını tüketiciler açısından daha çekici ve daha makul bir görünüme sokmuştur. Bir anlamda tüketici kredilerindeki gelişme bu tür kredilerin yaygınlaşmasına ve ulaşım kolaylığına bağlanabilir (George,Coleman, Simonson, 1994, s.410).

Çalışmamız kurumsal kredilerle sınırlandırıldığından bireysel krediler yukarıdaki bilgiler ile sınırlandırılmıştır (Daha ayrıntılı bilgi için bkz. Hempel, Coleman, Simonson, Bank Management, 1994, s.410-441).

1.2.2. Kurumsal Krediler

Önceki bölümlerimizde de ifade edildiği gibi kredinin çoğu dildeki karşılığı saygınlık sözcüğü ile eş anlamlıdır. Kredi işlemi bir malın karşılığı olan diğer bir malın ya da paranın hemen teslim edilmeyerek, daha sonraki bir tarihte ödenmesi vaadi anlamına gelmektedir.Aynı şekilde, para,belli bir süre sonra geri verilmek koşulu ile borçlanma işlemine konu olabilmektedir. Paranın ödünç verilmesi işlemi de genellikle ticari bankalar tarafından gerçekleştirilmektedir.

Ekonomide finansal kesimin önemli aracı olan ticari bankalar, derledikleri mevduatın çeşitli alanlara yöneltmesi ile faiz ve komisyon şeklinde gelir elde etmeyi amaçlamaktadırlar. Elde edilen gelirin düzeyini; işletilen fon kaynakları ve bu fonların ödünç verildiği alanların verimliliği belirlemektedir. O halde, tasarruf sahiplerinin bankaya mevduat olarak yatırdıkları fonlar, bankalar aracılığı ile gereksinme duyan kurumlara kısa, orta ya da uzun vadeli kredi şeklinde aktarılmaktadır. Bankalar bu işlevi verimli ve etkin bir şekilde

yerine getirdikleri ölçüde ülke ekonomisine katkıları da aynı oranda artmaktadır (Berk, 1985, s. 18).

Ticari bankaların krediye konu olacak kaynakları öz kaynaklar ve yabancı kaynaklar olmak üzere ikiye ayrılır. Ödenmiş sermaye, ihtiyatlar (yedek akçe), karşılıklar ve dağıtılmış karlar öz kaynaklara, mevduat, T.C. Merkez Bankası'ndan sağlanan krediler, yurt içi ve yurtdışı bankalardan sağlanan krediler, muhtelif borçlar tahvil ihracı ile sağlanan fonları ise yabancı kaynaklara örnek gösterilebilir. Bu kaynaklar içerisinde sadece mevduat sürekli kaynak niteliğindedir. Diğer kaynaklar vadelerinde tasfiye edildiğinden sürekli değildirler (Toprak, 1998, s. 8-9).

Günümüzde bankalar, kurumsal kredi pazarında yoğun bir rekabetle karşı karşıyalardır. Sigorta şirketleri, diğer finans ve kredi kurumları yüksek karlar getiren ticari kredi pazarına girme çabasıdadırlar. Bunun en büyük nedeniyse, banka fonlarının maliyetlerindeki artışlar ve buna bağlı olarak artan faiz oranlarında meydana gelen artışlardır. Bu nedenle de ticari bankaların bu pazarda güçlü ve başarılı olması rekabetçi bir fiyat politikası uygulamalarına bağlıdır.

Bankaların pek çoğu, bu rekabet ortamına ayak uydurabilmek ve değişken koşullar altında amaçlarına ulaşabilmek için çok sert kredi politikaları geliştirmişlerdir. Bankaları böyle bir uygulamaya yönelten önemli sebeplerden biri ise, büyük şirketler dahil hemen hemen her tür tüccarın az ya da çok kredi kullanma eğiliminde olmalarıdır. Bunun nedenlerini ise kısaca aşağıdaki gibi özetleyebiliriz;

- Mevsimlik çalışma sermayesi,
- Uzun dönemli çalışma sermayesi,
- Yeni duran varlıklar,
- Ödeme dengelerinin değişmesi,
- Beklenmeyen zamlar,
- Verimsiz projelerin neden olduğu zararlar

Firmaların kredi kullanmaları için bunların dışında daha pek çok neden vardır. Kredi taleplerinin derecede yoğun olması her kredi için aşağı yukarı benzer bir araştırma gerektirmektedir (Hempel, Coleman, Simonson, 1994, s.387). Türleri açısından çok farklı sınıflandırılabilirlerine rağmen, kredileri sınıflandırmada, kredinin vadesi, kullanım amacı,

kullanıldığı sektör, kullanım alanı, teminat gibi kriterler esas alınmaktadır. Çalışmamızda temel inceleme konusu olarak kısa vadeli kurumsal krediler ele alınmıştır. Bu nedenle aşağıda kredilerin türlerine göre sınıflandırması ve kısaca tanımları verilmekle yetinilmiş, daha sonraki bölümlerde ise vadelerine göre sınıflandırılmaya giren kredi türleri ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Nitelikleri açısından kredileri nakdi krediler ve gayri nakdi krediler olmak üzere iki bölümde incelemek mümkündür;

1.2.2.1. Nakdi Krediler

Nakdi kredi, ödünç olarak para verilmesidir. Nakdi kredi karşılığında banka, müşterisinden faiz ve kredinin türüne göre faiz+komisyon alır. Senet karşılığı kredi, iskonto ve iştirah senetleri, borçlu cari hesaplar ve diğer teminat karşılığı krediler de nakdi kredilerdir. Nakdi krediler, Türk parası cinsinden olabileceği gibi yabancı para cinsinden de olabilir.

İskonto ve iştirah, müşterinin elinde bulunan, gerekli koşulları taşıyan bir bono veya poliçenin, vadesinden önce bankanın mülkiyetine geçirilerek kesintilerden sonra kalan net tutarın müşteriye ödenmesidir.

Borçlu cari hesaplar ise cari hesap hükümlerine göre işleyen, belirli bir limit dahilinde müşteriye para çekme ve yatırma olanağı sağlayan teminatl ve teminatsız kredilerdir (TİBAŞ, 1998, (b), s. 1).

1.2.2.2. Gayri Nakdi Krediler

Gayri nakdi kredi, bir işin yapılması veya bir borcun ödenmesi konusunda bankanın, alacağı bir komisyon veya ücret karşılığında taahhütte bulunması, diğer bir deyişle ödünç olarak banka itibarının verilmesidir. Alınan bir borcun geri ödenmesi veya taahhüt edilen bir işin zamanında ve noksansız yapılması konusunda banka garanti verir. Banka, borç ödenmez veya iş yapılmazsa, alacaklının veya işi yaptıranın uğradığı zararı tazmin etmekle yükümlüdür.

Teminat mektupları, harici garantiler, kabul kredisi gayri nakdi kredi türüne girer. Nakdi ve Gayri nakdi kredileri ayrıca aşağıdaki sınıflandırmalar doğrultusunda incelemek mümkündür.

i. Vadelerine Göre Krediler

Vadeleri açısından kredilerin uygulanma biçimleri bankaların belirlediği kurallar çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Diğer sınıflandırmalarda ele alınan kredi türleri ayrıca vadelerine göre de sınıflandırılabilir. Bu çalışmada kısa vadeli krediler ele alınacaktır. Daha sonraki bölümlerde bu tür krediler ayrıntılı biçimde inceleneceğinden bu bölümde bu konuya kısaca değinmek uygun görülmüştür.

- **Kısa Vadeli Krediler;** kural olarak 1 yıla kadar vadeli krediler kısa vadeli krediler olarak adlandırılır.
- **Orta Vadeli Krediler;** vadeleri bir yıl ile beş yıl arasında belirlenen krediler, orta vadeli krediler olarak adlandırılır.
- **Uzun Vadeli Krediler;** beş yıldan daha uzun vadeli krediler uzun vadeli krediler olarak adlandırılır.

ii. Teminatları Açısından Krediler

Teminatları açısından kredileri, teminatlı krediler, teminatsız krediler, şahsi teminatlı krediler ve maddi teminatlı krediler olarak sınıflandırmak mümkündür.

• Teminatsız Krediler

Sadece kredi müşterisinin itibarına güvenilerek, hiçbir teminat alınmadan açılan kredilerdir. Açık kredi, tek imzalı teminat mektubu, tek imzalı iskonto bu tür kredilerdir.

- **Teminatlı (Güvenceli Krediler)**

Kredi müşterisinin imzasına ek olarak diğer güvenceler almak suretiyle açılan kredilerdir.

- **Şahsi Teminatlı Krediler**

Kredi müşterisinin imzası dışında bir veya birden fazla kişinin kefaleti (imzası) karşılığında verilen kredilerdir. Kefalet karşılığı kredi, çift imzalı teminat mektubu kredisi şahsi teminatlı bir kredi türüdür.

- **Maddi Teminatlı Krediler**

Bankaca kabul edilebilme şartını taşıyan maddi değerlerin rehni karşılığında açılan kredilerdir. Hisse senedi, tahvil, mevduat sertifikası, mevduat ve nakit karşılığı, altın karşılığı, emtia rehni, işletme rehni, senet rehni ve taşınmaz ipoteği karşılığı krediler bu tür kredilerdir.

iii. İzin Açısından Krediler

İzin açısından krediler, kredi türü, kredi miktarı ve kefaletlerine göre ticari bankaların ilgili bölümlerinin yetkileri altında kullanımları kapsar.

- **Şube Yetkili Krediler**

Bir başka birimin iznine gerek olmadan şube yetkisi dahilinde açılan kredilerdir. Bu husus, Bankalar kanununun 44. maddesi uyarınca re'sen kredilendirme ile ilgili olarak şubelere tanınan yetkiler şeklinde belirlenmiştir. Limitler ve kullanılmadaki koşullar firma bazında açılacak krediler ile bu kredinin azami limitleri tüm şubelere ayrı ayrı bildirilmekte olup, söz konusu limitler piyasa koşullarına, bankanın prensiplerine uygun kullanımlar dikkate alınarak gerektiğinde yeniden belirlenebilmektedir. Buna göre bir gerçek veya tüzel kişi lehine açılacak kredi için saptanan toplam limit, kredi açma yetkisinin üst sınırını oluşturur.

- **Bölge Müdürlüğü Yetkili Krediler**

Başka bir makamın iznine gerek olmaksızın bölge yetki ve insiyatifinde açılan kredilerdir. Belli miktarları aşmamak kaydı ile krediler yönetmeliği, güvenilirlik, akışkanlık ve verimlilik ilkeleri doğrultusunda her türlü kredi işlemi (şube yetkisinde bulunan işlemler hariç) Bölge müdürlükleri yetkisindedir.

- **Genel Müdür Yardımcılığı Yetkili Krediler**

Bu tür krediler çok şubeli ticari bankalarda Genel Müdür Yardımcılığına bağlı şubelerin kendi yetkileri dahilinde açamayıp Genel Müdür Yardımcılığı'ndan izin almak suretiyle kullandırabildikleri kredilerdir (TİBAŞ, 1998, (a) s.3).

- **Genel Müdürlük Yetkili Krediler**

Şube ve Bölge Başmüdürlüğü yetkisini aşan, Genel Müdürlük Kredi Komitesi veya Yönetim Kurulu karar ve onayı uyarınca açılan kredilerdir.

iv. Kaynak Açısından Krediler

-Banka Kaynaklı Krediler; şubece Bankaya ait kaynaklardan kullanılan kredilerdir.

-Banka Dışı Kaynaklardan Kullanılan Krediler; bu krediler, T.C. Merkez Bankası, Eximbank ve diğer fonlardan yararlanarak kullanılan kredilerdir. Banka, bu tür kredileri belli bir komisyon karşılığında kullanılmaktadır (Toprak, 1998, s. 10). Çalışmanın asıl konusu ticari bankaların kredi faaliyetlerini kapsadığından bu konu ile ilgili ayrıntıya girilmemesi uygun görülmüştür.

v. Kullanım ya da Veriliş Amacı Açısından Krediler

-Yatırım Kredileri; işletmelere,bina ve tesislerin yapımı ile sabit kıymetlerin finansmanı amacıyla açılan orta ve uzun vadeli kredilerdir.

-İşletme Kredileri; işletmelerin üretim faaliyetlerini finanse etmek,döner sermaye ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile açılan kısa, orta ve uzun vadeli kredilerdir.

-Donatım Kredileri; işletmelerin genişletilmesi, yenilenmesi, modernizasyonu için açılan orta ve uzun vadeli kredilerdir.

vi. Sektör Açısından Krediler

kullandırıldıkları sektörler açısından kredileri ise, Özel Sektör Kredileri, Kamu Sektörü Kredileri şeklinde sınıflandırmak mümkündür.

vii. İş Konusu Açısından Krediler

-Ticari Krediler; ticaretle uğraşan gerçek ve tüzel kişilere verilen kredilerdir.

-Sanayici Kredileri; sanayi sektöründe faaliyet gösteren gerçek ve tüzel kişi firmalara verilen kredilerdir.

-İhracat Kredileri; ihracat faaliyetini finanse etmek amacı ile kullanılan kredilerdir.

-İthalat Kredileri; ithalat faaliyetini finanse etmek amacı ile kullanılan kredilerdir.

-Tarım Kredileri; tarımsal faaliyetlerin finansmanı için kullanılan kredilerdir. Bu tür krediler, borçlu cari hesaplar, nakdi veya gayri nakdi krediler şeklinde kullanılabilirler.

Bu bölümde türlerine göre sınıflandırılan kredilerin bir çoğu vadelerine göre krediler sınıflandırması içinde yer almaktadır. Bu nedenle bu bölümde kısa tanımlamaları yapılan veya yalnızca adı geçen krediler aşağıdaki bölümde ayrıntılı olarak incelenecektir.

1.3. KISA VADELİ KREDİLER

Kısa vadeli krediler bir yıl veya daha kısa süreler için kullanılan ve kendi kendini likidite eden kredilerdir. Kısa vadeli krediler işletmelerin kısa vadeli fon gereksinmelerinin karşılanmasında, özellikle çalışma sermayesi ihtiyacının finansmanında kullanılmaktadır. Maliyetin düşük olması ve riskin uzun vadeli kredilere göre az olması nedeniyle uygulamada

daha fazla yer aldığı gözlenmektedir. Bu tür kredilerin kullanımı farklı yapılarda olabilmektedir (Aras, 1996, s.29).

Kısa vadeli krediler kendi arasında genel olarak açık ve teminatlı krediler olarak bir ayrıma tabi tutulmaktadır. Bu tür krediler çalışmamızın asıl konusunu oluşturduğundan daha sonraki bölümlerde kullandırılma biçimleri ve özellikleri üzerinde ayrıntılı olarak durulacaktır.

1.3.1. Açık Krediler

Açık kredi, başka bir asli teminat alınmaksızın, yalnızca kredi müşterisinin imzası karşılığında kullandırılan kredilerdir. Kredibilitesi yüksek, mali yapısı ile ilgili herhangi bir risk endişesi duyulmayan firmalara tesis edilmekte olan bu tür kredilerin genellik arz eden özelliği, firmaların ani nakit ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olmasıdır (Toprak, 1998, s.103).

Açık krediler bir kredi kurumundan avans alınması, tek imzalı senet iskonto veya iştirası, müşteri lehine tek imzalı teminat mektubu verilmesi gibi biçimlerde görülmekle birlikte, en çok borçlu cari hesap (BCH) şeklinde çalışır. Açık krediler çoğunlukla, günlük ihtiyaçlara cevap vermek ve sonraki günlerde kapatılmak üzere kasa kolaylığı şeklinde açılmaktadır.

Yasal açıdan bir karşılığın söz konusu olmadığı açık kredilerde faizin görece olarak yüksekliği de riskli olması ile açıklanmaktadır. Ne var ki özel teminatı olmamakla birlikte en emin kredi türlerinden biri olduğu da kabul edilmektedir. Zira bu kredinin açılışında asıl dayanak, kredi müşterisinin üstün karakteri, girişim yeteneği, deneyim ve konusunda uzmanlığı, sermayesi, likiditesi ve verimliliğidir. Açık kredinin verilmesinde de hareket noktasını bu unsur oluşturur (Berk, 1990, s. 145).

Bu tür kredilerde herhangi bir imzanın eklenmesi veya krediye karşılık teminat istenmesi söz konusu değildir. Bununla beraber, kredi alan kişinin bütün aktifi genel anlamda bir teminat demektir.

Bu bakımdan, ilgili kredi sahibi borcunu ödemezse kendisine teminatsız para veren kurum sıkıntıya düşer . Bu da sadece imza karşılığında açılan kredi için az çok bir teminatın var olduğunu gösterir (Kocaimamoğlu, 1985, s. 8).

En riskli kredilendirme yöntemi olarak görülmekle beraber, açık kredi müşterilerinde aranan bazı özellikler bu riskin asgariye indirgenmesinde en önemli etken olmaktadır. Bu açıdan açık kredi müşterilerinde aranan özellikler;

- Uzun bir ticari geçmişe ve tecrübeye sahip olması,
- İşyerindeki geniş tecrübe ve uzmanlığının herkesçe bilinmesi,
- Ticari moralitesinin üstün bulunması,
- İştiغال konusunun sağlam ve satış sirkülasyonunun elverişli olması,
- Havale, tahsil senetleri, sigorta, esham ve tahvilat işlemleri yapacak,
- gerektiğinde yabancı muhabirlerle ilişki kuracak ve bankaya komisyonlu işler getirecek yetenek ve kapasitede bulunması,
- İş mevsimi dışında mevduat getirecek kadar geniş sermayesi, hareketli ve verimli işi olması şeklinde özetlenebilir (Kocaimamoğlu, 1985, s. 9).

Bu kredi türü, ticari bankalara önemli tutarda faiz geliri sağlamakta, ayrıca kısa sürede geri ödenmesi ile de ticari mevduat birikimine olanak yaratmaktadır. Diğer yandan, dış satım veya dış alım için açılması durumunda bankaya küçümsenmeyecek komisyonlu işlemler sağlamaktadır. Bu üstünlüklerin yanında teminatın olmaması ve amaca uygun kullanılıp kullanılmadığının izlenmesinin güçlüğü de başlıca sakıncaları oluşturmaktadır. Bu güçlük ve özellikle tek imzalı olmaları nedeniyle çoğu bankada Genel Müdürlük birimlerinin izni ile kullanılmaları olanaklı olmaktadır.

Açık kredilerin kredi müşterisi açısından değerlendirilmesi durumunda görünen en önemli sakınca, kredinin kısa sürede ödenmesi zorunluluğudur. Bu nedenle bu tür krediler devamlı kullanılan kredilerden daha çok, yardımcı bir kredi şeklinde olmalıdır. Bu sakıncaya karşılık, teminat gösterme zorunluluğunun bulunmaması, maliyetinin düşük olması, piyasada itibar sağlaması ve krediyi her an kullanabilme olanağının bulunması gibi avantajlar sağlaması sebebiyle firmalar tarafından tercih edilmektedir (Aras, 1996, s.10).

1.3.2. Borçlu Cari Hesaplar

Cari hesap kredisi olarak da adlandırılan BCH'lar; banka tarafından müşteri adına açılmış olan cari hesaplara, belli bir limit dahilinde olmak kaydıyla kredi kullandırma esasına dayanır. BCH'lar, kurumların çalışma sermayesi ihtiyaçlarını karşılamada kullandıkları ve bir cari hesap üzerinde yürütülen kısa süreli bir kredi şeklidir.

Günümüz bankacılığında geniş bir uygulama alanı bulunan BCH'lar, bir kredi biçimi olmaktan çok bankacılık tekniğini ilgilendiren bir hesaplaşma şeklidir. Zira öteki kredi türlerinin de-sözgelimi iskonto kredisi-açılmış bir cari hesaba aktarılarak buradan kullandırılması olanaklıdır. Ancak müşteriye açılan hesapta bazen limit aşımına izin veriliyorsa bu durumda bir cari hesap kredisinden söz edilmektedir (Berk 1987, s.142)

Cari hesap kredilerine uygulanan faiz ve komisyonlar her kurumun kendi içinde belirlediği kurallar çerçevesinde uygulandığından bu tür kredilerde gerçek maliyetin bulunmasında kullanılan somut bir formülün varlığından söz etmek zordur. Fakat genel olarak kredi faizi hesaplamalarında kullanılan formül aşağıdaki gibidir;

$$F = A.n.t \cdot 100.360 \quad \text{formülü değiştirilerek}$$

$$F = (A.t/100):(360/n) \quad \text{olarak yazılabilir}$$

Buna göre;

$A.t/100$; Faiz katsayısı

$360/n$; Faiz bölenidir.

Formülde,

F: Faiz Tutarı

A: Sermaye

n: Faiz oranı

t: Gün sayısını

ifade etmektedir.

Batı ülkelerinde yaygın olarak kullanılan cari hesap kredisi, bankalar açısından riski düşük krediler arasında yer almaktadır.

1.3.3. İskonto/ İştira Kredileri

İskonto, borçlusu banka şubesi ile aynı şehir dahilinde ikamet eden, henüz vadesi gelmemiş bir senet bedelinden, vade tarihine kadar olan süreye tekabül eden faiz, komisyon ve bunlar üzerinden KKDF, BSMV gibi yasal kesintilerin düşülmesinden sonra kalan bakiyenin, son cırantaya ödenmesine imkan veren bir nakdi kredidir (Toprak, 1998, s.103).

İskontoya konu olan senetler genellikle vadesinin dolmasına üç ay kalmış, Merkez Bankası'na reeskonta kabul edilebilir poliçe ve bonolardır. Uygulamada hazine bonusu, meslek ve aile kredisi bonoları, varant, kupon ve hatta akreditif işlerinde kullanılan "Tratte" adı verilen poliçeler de iskonto edilebilir (Aras, 1996, s.12).

İskonto kredileri teminat yönünden; tek imzalı iskonto, çift imzalı iskonto ve teminatlı iskonto olmak üzere 3 grupta incelenir.

İştira kredisi ise; kredi veren şubenin bulunduğu yerden başka bir yerde ödenecek senet tutarı üzerinden komisyon, masraf ve senedin bankaya devredildiği tarihten ödeme gününe (ödeme günü dahil) kadar geçecek günlerin faizini BSMV ile birlikte alıp, bakiyesini müşterisine ödeme işlemidir. Bu işlem yapılırken ödeme günü ile senedin bankaca protesto edilebileceği son gün arasındaki süre için iskonto senetlerinde olduğu gibi peşin olarak mühlet faizi tahsil edilir.

1.3.4. Senet Mukabili Krediler

Senet mukabili krediler (SMK), emre muharrer senetler ve/veya muhatapları tarafından kabul edilmiş poliçelerin rehin cirosu ile teminata alınması ya da çeklerin teminat kaydıyla tahsile alınması suretiyle BCH'lar şeklinde kullanılan geniş bir uygulama alanı bulunan bir kredi türüdür. Ancak çekler herhangi bir vadeyi içermediğinden ve görüldüğü anda ödenmeleri gerektiğinden teminat olarak kabul edilmemektedirler.

Firmaların vadeli mal ve hizmet satışları nedeniyle elde ettikleri senet ve çekleri, nakde dönüştürebilmek amacıyla talep ettikleri bu kredi türünde,teminat olarak alınan çek veya senetlere belirli bir marj uygulanmak suretiyle, teminatın belirli bir oranına kadar nakit ödeme yapılır (Toprak, 1998, s. 103).

Kabul edilecek senetlerin vadesi genellikle en fazla altı aydır. Daha uzun süreli senetlerin kabulü ise izne bağlıdır. Hatır ya da finansman senetleri büyük riske yol açacağı düşünüldüğü için teminat olarak alınmamaktadır. Gerçek satışa dayanan senetler ise, vadelerinde borçlu tarafından ödenmesi nedeniyle kredi de kendiliğinden ortadan kalkmaktadır. Oysa finansman senetlerinde ödeme firmanın gücüne bağlıdır. Firmanın mali gücünün zayıf olması durumunda risk de artmaktadır. Diğer taraftan, vadelerine çok kısa süre kalmış uzak bölgelerdeki senetlerin tahsil de güçlük yaratabilmektedir (Berk, 1990, s.148).

Senetler karşılığı kredi, kişisel teminata dayanmakta ve uygulamada oldukça fazla kullanılmaktadır. Zira iskonto kredisinde olduğu gibi, bu tür kredi de teminat olarak verilen senetlerin Merkez Bankasına reeskonta sunulması olanaklıdır.

Ayrıca senet karşılığı kredi faiz gelirin yanında komisyon geliri de sağlayan verimli bir kredidir. Bu yüzden bankalar için cazip bir plasman alanı niteliğindedir. Zira;

- Geri ödeme süresinin kısa olması,
 - Ticari mevduat birikimine olanak sağlaması,
 - Kredi tutarının verime göre belirlenebilmesi,
 - Dış ticaret işlemi için açılması halinde komisyonlu işlemler sağlaması,
 - Senet borçlusu firmaları tanıma ve böylece iş bağlantıları kurma olanağı,
- gibi üstünlükler bankalara müşterileri ile uzun süre çalışma olanağı sağlamaktadır.

Hem banka hem de müşterilere avantajlar sağlayan bu tür kredilerin küçük firmalara maliyeti teminatsız borçlanabilen büyük firmalara kıyasla daha yüksektir (Aras, 1996, s. 15).

1.3.5. Pay Senedi ve Tahvil Karşılığı Krediler

Borsaya kote hisse senetleri ile özel sektör tahvillerinin rehni karşılığında açılan bir kredi türüdür. Rehin alınacak tahvillerin itfa edilmemiş olmasına, vadesi gelmemiş faiz ve temettü kuponlarının tamam olmasına ve mahkemece ödeme yasağı konulmamış olmasına dikkat edilmesi gerekmektedir (TİBAŞ, (a), 1998, s. 57).

Pay senedi ve tahvil karşılığı kredilerden devlet tahvili karşılığı açılanlara yaklaşık olarak %10, borsada işlem gören pay senetleri ve öteki tahviller karşılığı verilen kredilerde de %25-50 marj uygulanmaktadır.

Bankalar müşterilerine sundukları menkul kıymet karşılığı kredilerden aldıkları faizin yanı sıra muhafaza ve kontrol komisyonu, kupon tahsili komisyonu adı altında ek gelirler de sağlamaktadırlar. Ayrıca teminatın sağladığı vadesinde tahsil olanağı, bankaların sağladıkları avantajların başında gelir. Diğer yandan pay senedi ya da tahvilin değer yitirme olasılığı ve komisyon ödeme de bu kredi biçiminin sakıncalarını oluşturur.

İşletmeler açısından özellikle eldeki pay senedi ve tahvillerin değerlendirilememesinin yanı sıra taşınır değerlerin korunması ve yönetimi de güvenceye alınmaktadır. Ancak kredi müşterilerinin buna karşılık olarak önemli tutarlarda komisyon ödediği de belirtilmelidir (Berk, 1990, s. 150,151).

1.3.6. Emtia Karşılığı Krediler

Ticari, zirai veya sınai emtianın menkul rehni çerçevesinde, bankaya rehnedilmesi karşılığında, BCH şeklinde kullanılan kredilerdir. Bu tür kredi zaman içinde değeri eksilmeyen, fiyatları kararlı ve kolayca paraya dönüşebilen genellikle tarımsal ürünler, sanayi hammadde ile ihracatı yapılacak ticari malların rehni karşılığında açılan teminatlı bir kredi türüdür. Emtia karşılığı kredi tesis edilecek firmanın; rehin konusu emtianın ticaretinde tecrübe sahibi olmasına ve rehin konusu emtiayı spekülatif amaçlarla stoklamamasına dikkat edilmelidir (Toprak, 1998, s.112).

Emtia karşılığı kredide marj, genel olarak malların piyasadaki durumuna göre %20-30 olarak saptanır. Ancak bankalar yapacakları sözleşmelerde genellikle marj oranını değiştirmek yetkisini saklı tutarlar.

Teminat olarak verilen malların rehnedilmiş sayılabilmesi için malın zilliyetinin bankaya devri zorunludur. Ayrıca rehnedilen malların muhafazası için de çeşitli olanaklar bulunmaktadır.

Mallar bankanın deposunda, müşteri deposunda, emniyetli bir üçüncü kişi elinde ya da genel mağazalarda bulundurulabilir. Diğer yandan alacaklarından dolayı kredi kurumları temellük zorunda kaldıkları ticari malları dokuz ay içinde elden çıkarmak zorundadırlar. Zira bankaların altın dışındaki ticari mal alım satımı Bankalar Kanununda yasaklanmıştır.

Mal karşılığı kredi, fiyat yükselme eğilimi gösteren malları stoklayan firmalara önemli avantaj sağlamakla birlikte, bu tür kredilerin maliyetinin yüksek olduğu da belirtilmelidir.

Ayrıca emtianın türüne göre ancak belirli devrelerde kullanılabilmesi de müşteri açısından bir başka sakıncayı oluşturmaktadır (Berk, 1990, s.149).

1.3.7. Kefalet Mukabili Krediler

Kefalet mukabili krediler (KMK), müşteri ile kredi değerliliğine güvenilen kefil veya kefiller olmak üzere en az iki imza karşılığında açılan ve BCH'lar şeklini işleyen bir kredi türüdür. (TİBAŞ, (a), 1998, s.53)

Kefalet karşılığı krediler de açık krediler gibi normal, ihracat hazırlık, akreditif teminatı ve kasa kolaylığı gibi türlerde kullanılmaktadır. Ancak bu kredinin uygulamada daha çok günlük gereksinimleri karşılamak ve daha sonraki günlerde kapatılmak üzere kasa kolaylığı şeklinde açıldığı belirtilmelidir. Kredinin kullanılmasındaki temel koşullar;

- Firmanın kefil ya da kefillerinin itibarı,
- Ticari geçmiş, deneyim,karakter,
- İş konusunun niteliği,
- Tatminkar bir mevduat düzeyi,
- Kambiyolu işlemlerle bankaya randıman sağlama olarak sıralanabilir (Berk, 1990, s.146-147).

Kefalet, güvence amacına hizmet eden, borç doğurucu bir anlaşmadır. Gelecekteki ve şartlı borçlar için yapılan kefalet,ancak asıl borcun gerçekleşmesiyle geçerli olmaktadır. KMK de kredinin teminatı ikinci kişinin kefaletidir. Borçlunun borcunu ödememesi durumunda, kefil,borcun ödenmesini şahsen alacaklıya karşı üstlenmektedir. Bu nedenle KMK'de kefaletin geçerliliğinin dikkatle incelenmesi zorunludur. Kefaletin geçerli olabilmesi için;

- Kefalet sözleşmesinin yazılı olarak düzenlenmesi,
- Kefilin ödemekle yükümlü tutulacağı belirli bir tutarın yazılı olması,
- Asıl borcun geçerli olması,
- Kefilin medeni haklarını kullanma ehliyetine sahip olması gerekir.
- Evli kadınlar,kendilerine kanuni müşavir tayin olunanlar,veli ve vasilerin kefalet ehliyeti ile sınırlandırılmıştır.

Kural olarak tüzel kişiler de kefil olabilmektedir. Ancak, ticaret şirketlerinin kefaletinin geçerli olabilmesinin temel koşulu, kefaletin şirket ana sözleşmesinde yazılı olan amaçları

gerçekleştirebilmek için verilmiş olması ve ana sözleşmede kefil olma yetkisinin bulunmasıdır.

Bankalar açısından riskli olarak görülen kefalet kredilerinde, bankanın üstlendiği riski en aza indirmek açısından en güvenli kefalet türü müteselsil kefalettir. Müteselsil (zincirleme) kefalet; kefilin kendisine tanınan başvuru haklarından vazgeçmesi sonucunu doğuran, asıl borçluya veya mevcut rehnin paraya çevrilmesine başvurmadan önce de kefilin takip hakkı vermektedir. Kefaletin uygulamada en fazla karşılaşılan türü de budur (Aras, 1996, s. 19).

KMK'de faiz dışında herhangi bir komisyon ya da ücret alınmamaktadır. Ancak bankaya ticari mevduat birikimi sağlanması kısa sürede geri ödenmesi, dış satım ile ilgili kredilerin komisyonlu işlemler sağlanması gibi üstünlükleri de vardır. Buna karşı açık kredide olduğu gibi KMK'nin de amacına uygun kullanıldığını izlemek güçtür (Berk, 1990, s. 147)

1.3.8. İhracat –Eximbank Kredileri

Yurt dışına satılacak malların satın alınması ya da üretilmesi ile bedelinin ödenmesi arasındaki süre dış satım süresi olarak adlandırılmakta ve dış satımcıya söz konusu süreyi finanse etmek amacı ile bankalarca TL olarak dış satım kredisi sunulmaktadır. Önceleri büyük oranda özendirilen adı geçen kredilerin ocak 1985 itibariyle önemli ölçüde özendirme unsuru olma niteliğini yitirdiği de belirtilmektedir. Zira yeni uygulama ile ihracatı teşvik fonuna son verilerek dış satım kredilerinde reeskont kaynağından yararlanma olanağı kalmadığı, kredi kurumlarına kullandırdıkları dış satım kredileri için ödenen faiz farkı iadelerinin kaldırıldığı ve tercihli munzam karşılıktan yararlanma olanağının da artık söz konusu olmadığı görülmektedir.

Dış satım kredilerinin uygulamada belgeli ya da belgesiz olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Dış satım çabalarının finanse edilmesini isteyen dış satımcı, bankaya DPT-Teşvik ve Uygulama Başkanlığından (TUB) alınan teşvik belgesi ile müracaat edebileceği gibi, söz konusu belgeyi almadan müracaat etmek sonucu değiştirmemektedir. Zira vergi iadesi ve kaynak kullanımını destekleme priminden yararlanmak her koşulda olanaklıdır (Berk, 1990, s. 153)

Türkiye'de ticari bankalar ihracatçılara ya kendi kaynaklarından ya da reeskont kaynaklı olarak, ihracat kredileri kullandırmaktadırlar. Merkez Bankası ve Eximbank, bu kredilerin

kullanılması için bankalara belirli kısıtlara göre bir limit tespit etmektedir. Bankalar kendi limitleri dahilinde müşterilere bu kredileri kullanırmaktadır. Her firmanın Eximbank nezdinde bir limiti vardır. Firmalar krediyi kullanmak için Eximbank'a yapacakları ihracat taahhüdünün %20'si oranında kredilendirilirler.

İhracatın finansmanı için kullanılan bu kredinin vadesi çoğunlukla en fazla 120 gün olarak sınırlandırılmıştır. Kredi taahhüt edilen ihracatın 120 gün içinde yerine getirilmemesi ve faizlerinin 120 günde tahsil edilmesi koşuluyla rotatif biçimde kullanılmakta ve azami vadesi 1 yıl olmaktadır. Merkez Bankası ve Eximbank kaynaklı reeskont kredileri ihracatı teşvik etmek amacıyla diğer kısa vadeli kredilere göre daha düşük faizlidir. T.C. Merkez Bankası'ınca belirlenen faiz oranına bankalar en fazla 3 puan ilave edebilmektedir. Bunun dışında bankalar bu tür kredilerden faiz ve komisyon gibi gelir talep edemezler.

İhracat kredilerinin tahsisinde dikkat edilmesi gereken noktalardan en önemlileri, ihracatta deneyim kazanmış firmalarla çalışmaya öncelik vermek ve firmaların dövizleri ilgili kredi kurumu üzerinden ülkeye getirmelerini sağlamaktır. Kredinin kullanılması sırasında ise, müşterinin ihracat taahhüdü temel alınmaktadır. İhracatın taahhüt edilecek en yüksek tutarı konusunda bir sınırlama bulunmamakla birlikte, ihracatın performansı ve kredi değeriyle ilgili gösterilen teminatların dikkate alınması yararlı olmaktadır (Aras, 1996, s. 20).

1.3.9. 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 (foreign exchange credits).

Döviz kredisi, dövizle dönüşü olanaklı işlerin finansmanı için kullanılmakta, ana para ve faizin döviz olarak ödenmesi gerekmektedir. Ancak ihracatçı krediyi döviz olarak almakla birlikte döviz bankaya satarak kur riskini üstlenmek koşuluyla TL olarak da kullanılmaktadır (Aras, 1996, s. 22). Ayrıca döviz kredisi ancak Merkez Bankası tarafından alım satımı yapılan dövizler üzerinden açılabilir.

Döviz kredisine uygulanacak faiz oranı banka ile müşteri arasında serbestçe karşılaştırılmaktadır. Uygulamada banka giderleri kar marjını karşılayan bankaya özgü bir spread (faiz) hesaplanmakta, dövizin cinsine göre bir uluslararası piyasalarda geçerli faiz

oranı libor (Londra piyasasında geçerli faiz oranı) + spread (Bankanın uyguladığı faiz oranı) eklenmektedir. Buna göre X bankasının döviz kredisinden sağladığı gelir (G) aşağıdaki gibi olmaktadır (Berk, 1990, s. 155).

$$G = \text{Libor} + \text{Spread} + \text{X Bankasının Spreadi}$$

Döviz kredilerine uygulanan faiz oranları TL kredilere uygulanan faiz oranlarına göre daha düşük kalmaktadır. Zira kur riskini müşterinin taşıması nedeniyle bu kredinin maliyeti TL kredilerin maliyetinden daha yüksek olabilmektedir.

Söz konusu kredileri; döviz kredisi alınması ve döviz kredisi açılması olarak iki gruba ayırmak mümkündür.

Döviz kredisi alınması; Türkiye’de yerleşik kişilerin yurt dışından sağladığı döviz kredileri şeklindedir. Aynı ve nakdi şekilde olabilen bu krediler şu şekilde belirlenir;

1. Bankaların yurt dışından borçlu sıfatıyla sağladıkları 1 yıla kadar vadeli krediler ve döviz tevdiat hesapları,
2. Özel finans kurumlarının sağladıkları fonlar,
3. İhracatçı sermaye şirketlerince, ihracat faaliyetleri ile ilgili olarak yurt dışından azami iki yıl vadeli olarak sağlanan krediler,
4. Dış ticaretin finansmanı amacıyla, Türkiye de yerleşik firmaların bankaların aracılığı ve garantisi altında sağladıkları krediler,
5. Bankalarca sağlanan kurye ve rambusman kredileri,
6. Türkiye de yerleşik kişiler lehine yurt dışından sağlanan Türkiye’de yerleşik kişilere muhatap dövizli garantiler.

Döviz kredisinin kullandırılmasındaki temel amaç, döviz kazandırıcı faaliyette bulunan firmaların bu faaliyetlerine yönelik işletme sermayesi ihtiyaçlarını finanse etmektedir. TL olarak verilen kredilere göre daha düşük maliyetli olması, vergi resim ve harç istisnaları, ihracata verilen vergi iadelerinden yararlanma, döviz girdisine göre maliyetinin düşük olması ve KKDF’ndan sağladığı prim olanağı olarak sıralanabilir.

Döviz kredilerinin en önemli dezavantajı; kredinin dövizle kapanmadığı durumlarda pozisyondan döviz kaybı ve nakit çıkışına yol açmasıdır. Bununla beraber bu kredinin bankalara sağladığı yararlar, dövizlerin değerlendirilmesi, döviz pozisyonundan tesis ve dış kaynak kullanma olanağı, vadenin banka tarafından belirlenmesi ve vade dışı transfer zorluğunun olmaması şeklinde sınırlandırılabilir (Aras, 1996, s. 25).

1.3.10. Prefinansman Kredileri

Prefinansman, ihracat, ihracat sayılan satış ve teslimler ve döviz kazandırıcı faaliyetlerle ilgili mal ve hizmet alımının finansmanında kullanılmak üzere, firmalarca bizzat yurt dışındaki alıcıdan veya uluslararası piyasalardan sağlanarak Türkiye'deki bankalar veya özel finans kurumları aracılığıyla yurda getirilerek alışı yapılmak suretiyle kullanılır.

Prefinansman kredisi firmalara aşağıdaki avantajları sağlamaktadır.

- Dış satımın iki aya kadar finansmanı
- TL kredilere göre maliyetin (faizin) düşük olması
- Vadesinden önce kapatılma durumunda faizsiz döviz kullanılma olanağı
- Dış satımı bedelleri ile kapatılma olanağı ve,
- Sağladığı döviz girdisine göre maliyetin düşük olması (Berk, 1990, s. 156).

Ancak bu yararlarına karşılık; yurtdışı muhabirlik ilişkileri, vade zamanında anapara ve faizinin transfer zorluğu, nakit TL çıkışı ve dövizle kapatılmaması durumunda cezai müeyyidelerin ortaya çıkması gibi zorlukların da olduğu göz ardı edilmemelidir.

1.3.11. Kabul ve Aval Kredileri

Kabul kredisi, müşterisi tarafından üzerine çekilen senetleri bankaların kabul etmesidir. Banka parasal ödeme yerine belirli bir limite kadar müşterisi tarafından üzerine çekilecek poliçeleri, kabulüne ilişkin açıklama yazarak itibarını lehdarın emrine sunar. Banka bu krediyi açarken kabul ettiği senetlerin vadelerinde müşteri tarafından ödeneceklerini ya da karşılıkların denkleştirileceğini beklemektedir. İç ilişkiye göre poliçenin ödeme yükümlülüğü müşteriye, üçüncü kişiler karşısında ise bu yük gereğinde bankaya aittir.

Dış ticarete kabul kredisi ise vadesinde paranın transfer edilmesini garantileyen bir gayri nakdi kredidir (Berk, 1990, s.156).

1.3.12. Temlik Karşılığı Krediler

Müteahhit firmaların özellikle devlet ve diğer kamu kuruluşlarından olan doğmuş veya doğacak ancak henüz hak sahibine ödenmemiş alacaklarının bankaya devir ve temlik karşılığında kullanılan ve BCH şeklinde çalışan bir kredi türüdür.

Bu kredinin verimsiz bir kredi olması nedeniyle bankalar tarafından kullanımı yaygın değildir (TİBAŞ, (b), 1998, s.36).

1.3.13. Akreditifler

Akreditif, belli bir miktar para için belli bir bankanın kendi kefaletiyle üçüncü bir kişi lehine muhabiri nezdinde açtığı kredidir.

Bankaların ve mali kurumların müşterileri lehine ticari işlemlerle ilgili kredi hesabı açtırmak üzere şubelerine ya da muhabirlerine gönderdikleri yazılı bir talimat mektubudur. Akreditife bazı ülkelerde kredi mektubu ya da vesikalı kredi de denilmektedir.

Akreditifin temel fonksiyonu, malın alıcıya teslimi ile ödemenin satıcıya yapılmasını sağlamada aracı olmaktadır ve malın ülke içinde taşınmasında da kullanılabilir. Ancak genel kullanım alanı uluslar arası ticarete ödemelerin sonuçlandırılmasıdır.

Akreditifler, kullanım alanına, açılışına, taahhütten dönülebilirliğine, ödeme sorumluluğuna, ödeme şartlarına, rambusman biçimine göre farklı şekillerde olabilmektedir. Buna göre akreditifler;

- Dönülebilir-Dönülemez Akreditifler
- Teyitli-Teyitsiz Akreditifler
- Karşılıklı Akreditifler
- Devredilebilir Akreditifler
- Teminat Akreditifi
- Açık Akreditif

- Rotatif Akreditif ve

- Ödeme koşullarına göre Akreditifler

olarak kullanılırlar

- Akreditif, ihracatçıya ve ithalatçıya önemli yararlar sağlayan bir ödeme şeklidir. İhracatçı, sattığı malın bedelini akreditif ile almak imkanı bulur. Çünkü akreditif açmakla ithalatçının itibarı amir bankaca desteklenmiş olur. İhracatçının çekeceği poliçenin ödeneceği akreditifi açan bankaca (amir banka) taahhüt edilmiştir.
- İthalatçının ülkesinde uygulanan Kambiyo Kontrolünün Uluslararası ödemeleri kısıtlaması dolayısıyla ortaya çıkacak mali riskleri akreditif en aza indirir. Çünkü amir banka akreditifi ancak yabancı ülkeye döviz transferine izin aldıktan sonra açar.
- Akreditif ihracatçıya kolaylıkla kredi bulma olanağını verir. Akreditifin açılmış olması ihracatçıya ilgili belgeleri muhataba verir vermez malların bedelini alması olanağını sağlar.
- Akreditifin ithalatçı ve banka açısından sağladığı yararları ise aşağıda ki gibi sıralamak mümkündür.
- Akreditif, ihracatçının ithalatçı ile yaptığı satış akdindeki şartları tam olarak yerine getirmesini sağlayan bir yoldur. İhracatçı akreditif mektubunda gösterilen şartları yerine getirmemezse ve ilgili belgeleri akreditif şartlarına uygun olarak hazırlamazsa parasını bankadan alamaz. Bu nedenle akreditif açtıran ithalatçı, malların kendisine gönderileceğinden ve satış anlaşmasında kararlaştırılan şartlara uygun olacağından emindir.
- Bankalar açısından ise akreditif sağlam bir kredi şeklidir. Çünkü bu işlemlerde teminatlar oldukça güçlüdür. Akreditifi açan banka kendisine olan borç ödenmedikçe malları temsil eden belgeleri ithalatçıya vermez. İthalatçının borcunu ödememesi halinde banka malları satarak alacağını tahsil edebilir (Kocaimamoğlu, 1985, s. 20).

1.3.14. Teminat Mektupları

Teminat mektupları ve garantiler borçlananın üstlendiği herhangi bir edimin yerine getirilmesini güvence altına alan gayri nakdi bir kredi türüdür. Geniş anlamda teminat mektupları; bankaların yurt içinde ve yurt dışında bulunan gerçek ve tüzel kişiler lehine bir malın teslimi, bir işin yapılması veya bir borcun ödenmesi ve benzer konularda muhatap kuruluşa hitaben verdikleri ve söz konusu yüklenimin yerine getirilmemesi durumunda mektup tutarının kayıtsız şartsız ödenmesi taahhüdünü içeren “Garanti Belgesi” olarak tanımlanabilir.

Teminat mektubu vermekle banka, kendi saygınlığını ve güvenilirliğini müşterisinin kullanmasına izin vermektedir. Bu mektup ile banka, adı geçen yükümlülüğün yerine getirilmemesi durumunda ödenmesi gereken tutarın kendisi tarafından kayıtsız şartsız ödeneceğine dair teminat vermekte ve kefil olmaktadır.

Bunun yanında da ileride kredinin ödenmemesi durumunda mektup bedelinin müşteriden tahsil edilebilmesini sağlamak amacı ile mektubu alan kişiye “ kontrgaranti” adı verilen bir sözleşme imzalatılır.

Teminat mektubu uygulamasında bankalar, faiz yerine yaptıkları hizmet karşılığında komisyon alırlar. Ancak ileride yüklenimin yerine getirilmemesi durumunda bir para borcu söz konusu olacağından banka, teminat mektubu tutarını nakit olarak ödeyecek ve ödediği miktarı mektup verdiği taraftan faiziyle birlikte tahsil edecektir.

Teminat mektubunun tarafları genellikle taahhüt altına giren bir banka ile garanti alma durumunda olan muhataptır. Bir fiili taahhüt edilen lehdar, teminat mektubunun tarafı değildir.

Banka verdiği teminat mektubu ile muhataba, lehdarın, teminat mektubunda taahhüt edilen fiili yerine getireceğini garanti eder. Söz konusu fiilin yerine getirilmemesi durumunda banka, mektupta garanti ettiği parayı muhataba öder ve bunu lehdardan tahsil etmeye çalışır (TİBAŞ, (c), s. 34).

Teminat Mektuplarını aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür.

i. Limit Yönünden Teminat Mektupları;

Limit yönünden teminat mektuplarını; limit dahili ve limit dışı teminat mektupları olarak incelemek mümkündür.

Limit dahili teminat mektupları, 2886 sayılı Devlet İhale Kanununun birinci maddesinde belirtilen; genel bütçeye dahil daireler ile katma bütçeli idarelerin, özel idare ve belediyelere hitaben, bu dairelere karşı taahhüde girenler lehine alım, satım, hizmet, yapım, kira, trampa, mülkiyetin gayri ayni tesisi ve taşıma işleri için verilen teminat mektuplarıdır.

Limit dışı teminat mektupları ise limit dahili işler dışındaki konular için resmi kuruluşlara hitaben verilen teminat mektupları ile gerçek ve tüzel kişilere hitaben özel ilişkilerden doğabilecek alacakların zamanında ödenmesini sağlamak amacıyla verilen teminat mektuplarıdır.

ii. Vade Yönünden Teminat Mektupları

Teminat mektupları vade açısından vadeli ve vadesiz olmak üzere iki şekilde uygulanır.

Vadeli teminat mektupları, belirli bir süre yürürlükte kalan, dolayısıyla bir vade taşıyan mektuplardır. Vadesiz teminat mektupları ise süresiz olarak, yani işin tamamlanmasına kadar geçen belirsiz sürede yürürlükte bulunan teminat mektuplarıdır.

iii. Şekil Yönünden Teminat Mektupları

Şekil Yönünden Teminat Mektupları aşağıdaki biçimlerde uygulanabilmektedir.

- Geçici teminat mektupları; devlet ile iş yapacak olan kişilerin ihalelere katılabilmeleri amacıyla kullanılan teminat mektuplarıdır.
- Kesin teminat mektupları; bu tür mektupların konusunu, lehdarın mektupta belirtilen yükümlülüğünü zamanında ve kusursuz yerine getireceği ile ilgili garanti vermesi oluşturmaktadır.

- Avans teminat mektupları; ihale edilen bazı işler, müteahhitler tarafından bazı masrafların yapılmasını gerektirmektedir. Bunun gibi durumlarda ihaleyi yapan daire; ileride hak edişlerine mahsup edilmek üzere müteahhide peşin ödeme yapar. Avans teminat mektubu bu tür avanslar için muhataba karşı, müşteri lehine bankanın kefaleti anlamına gelmektedir.

IV. Serbest Konulu Teminat Mektupları

Bireylerin ve özel kuruluşların ihale işleri dışındaki çeşitli sebeplerle kullandıkları teminat mektuplarıdır. Bu tür mektupların belirli bir formu yoktur. Her olaya, her konuya göre farklı düzenlenmektedir. Özellikle bayilik, acentelik gibi satılmak üzere mal gönderimi durumunda, kira eşlerinde uygulanmaktadır.

V. Karşılık Yönünden Teminat Mektupları

Teminat mektupları bu ayırmda karşılığında gösterilen teminatlar yönünden de;

- Nakdi teminat karşılığı,
- Açık kredi karşılığı,
- Maddi teminat (menkul rehni) karşılığı,
- Gayri menkul ipoteği karşılığı,
- Kefalet karşılığı,
- Yabancı banka kontr-garantileriyle verilen teminat mektupları şeklinde uygulanmaktadır.

1.3.15. Diğer Teminat Karşılığı Krediler

Yukarıda bahsedilen kısa vadeli kredilerin yanında “altın karşılığı, vadeli mevduat karşılığı, döviz tevdiat hesabı karşılığı ve esham ve tahvilat karşılığı” kullanılan nakit karşılıklı kredilere de uygulamada sıkça rastlanmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

KURUMSAL KREDİLERİN ÖZELLİKLERİ VE PAZARLAMA SÜRECİ

2.1. Kurumsal Kredilerin Özellikleri

2.1.1. Kurumsal Kredilerin Müşteri Grupları, Talebi ve Gelişmeler

Kurumsal kredilerin pazarlama sürecinde benzer özellikler gösteren müşterileri bir arada görebilmek için kredi pazarı bölümlere ayrılmaktadır. Bu bölümlere ise işletme ölçeklerine, meslek gruplarına göre yapılır.

Büyük ticaret işletmelerinin aksine küçük ve orta büyüklükteki firma müşterilerinin özel ilgiye gereksinimleri bulunmaktadır. Bu bakımdan kredilendirme süreci boyunca bu müşterilerin sorunlarının çözümünde çalışan müşteri temsilcileri bulunur. Özellikle batıda bazı bankaların bu tür işletmeleri desteklemek amacıyla özel finansman şubeleri açtıkları görülmektedir. Bu uygulamaya son yıllarda Türkiye’de de bazı bankalarda rastlamak mümkündür.

Dünya bankacılık işlemlerinin 60’lı yıllarda satıcı pazarından alıcı pazarına dönüşmesi ve pazarlama düşüncesinin işletme politikasına egemen olması, bankaların hizmet politikalarının varolan ve potansiyel müşterilerin isteklerine yönelmesini gerektirmiştir (Berk, 1987, s. 11-14).

Hedef gruplara yönelme bankaların pazarlama politikasının temel bir unsuru haline gelmiştir. Pazarlar bölünmüş, yeni müşterilerin kazanılması güçleşmiş, kredi kurumlarının sunduğu hizmetler arasında çok önemsiz bir fark oluşmuş ise, hedef gruplarına yönelme gerekli olmaktadır. Ayrıca hizmetlerin ya da hizmeti sunanların imajını artırmak bakımından da hedef gruplara yönelme önem kazanır.

Pazarlama politikasındaki hedefe yönelik planlı ve sistematik yaklaşımlar banka pazarlarındaki alıcı satıcı pazarlarının değişmesinde de görülmektedir. Giderek karmaşık, büyük ölçüde yatırım harcamaları gerektiren banka pazarlarındaki kararlar kişisel deneyim ve “parmak hesabına dayandırılmak” yerine bilimsel yöntemlerden yararlanma yolu

benimsenmektedir. Bu yöntemlerin bankacılığın temel satış pazarları olarak kabul edilen kredi pazarlarına uygulanmasında ve kredilerin likidite açısından satış pazarı alanında incelenmesi gerektiği konusunda görüş birliği vardır (Berk, 1987, s.10).

Kurumsal kredilerin pazarlanmasında müşteri gruplarının belirlenmesinde en çok etkili olan konu kurumsal kredilere olan taleptir. Ödünç verme yıllardır yaşamın önemli bir parçası olarak yer almış, geçen zaman içinde geleneksel yöntemler oluşturularak bu alanda oldukça fazla deneyim kazanılmıştır. Denenmiş yöntemlerin günümüz ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığı ya da yeni borçlanma tekniklerini gerektirip gerektirmediğini ise bireylerin ve işletmelerin finansal işlemlerinin niteliği ve boyutları belirlemektedir. Ticari işletmelerin mal ve hizmet akımının finanse edilmesi ihtiyacı kurumsal kredi talebinin artmasında en önemli bir etkidir.

Ticaretin dönemsel hareketleri ve sürekli tekrarlanan tepe ve düşey noktaları bilinmektedir. Konjonktürün yükselme dönemlerinde çok sık geleceğe dönük, yani 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 metodlarının dikkatlice incelenmesiyle görülmektedir ki, bu metotların günümüzün endüstriyel ve mali yaşamına uygunluğunun ve bunların beklenen nitelikte olup olmadığının belirlenmesi gerekmektedir. Ayrıca bankaların modern iş dünyasının gereklerinden tamamen haberdar olması, yeni gelişmeleri dar bir çerçevede görmesi de kaçınılmazdır.

Son yıllarda ticari bankalarda 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. Kredi kullanımının gerçek nedenlerinin bilinmesi banka açısından kredinin riskini azaltan bir etkidir. Firmalarda söz konusu finansman ihtiyacını yaratan başlıca nedenleri aşağıdaki gibi sıralamak olanaklıdır;

- Firmaların hızlı büyümesi,
- Firmaların zarar etmesi ya da karlılığın yetersiz oluşu,
- Firmaların aşırı ölçüde kar dağıtımını yapması veya firmadan büyük ölçüde kaynak çekilmesi,

- Mevsimlik hareketler,
- Spekülatif amaçlar,
- Mevcut borçların ödenmesi,
- Sermaye taahhüdünün yerine getirilmesi,
- Firma satın almak için kredi ihtiyacının doğması,
- Mevsimlik çalışma sermayesi ihtiyacının finansmanı,
- Uzun vadeli çalışma sermayesi oluşturulması,
- Duran varlıkların finansmanı,
- Duran varlıkların yenilenmesi,
- Vadeli ödeme yerine peşin satın almanın finanse edilmesi,
- Beklenmeyen olağanüstü olayların gerektirdiği harcamaların finanse edilmesi.

Aslında firmaların kredi kullanımı için başka sayısız neden vardır. Her kredi sebebi aşağı yukarı benzeri olmayan bir kredi ihtiyacı ayarlaması doğurur. Bu durum doğal olarak çok farklı türde kredinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Ancak her ne kadar birbirinden farklı da olsalar, krediler, belirli özelliklerine göre ortak gruplarda toplanabilmektedirler. (Bu kredi türleri yukarıdaki bölümlerde ayrıntılı olarak incelenmiştir.) (Aras, 1996, s. 7).

2.1.2. Kurumsal Kredilerin Arzı

Müşteriler kredi talebinde bulunduğu anda, banka hizmet verdiği alanı genişletmek ve aynı zamanda onların isteklerini karşılamak için kredi hacmini artırmak durumundadır. Bankaların kredi taleplerini karşılamada en önemli kaynak, öz sermaye kaynakları yanında mevduattır. Ancak bankaların kredi arzı her zaman karlılık ilkesi ile değerlendirilemez (Berk, 1985, s.26). Çoğu zaman karlılığın da ötesinde müşterilerin bankaya bağlılığını artırmak ya da mevcut müşterileri kaybetmemek için işlem ya da kişi bazında karlılığı ikinci plana atabilmektedir.

Kredi pazarlarına dünyanın çeşitli bölgelerinden fon akışı, pazarların büyük boyutlara varması, pazara giren bankaların sayılarının artması büyük bir rekabet ortamının doğmasına neden olmuştur.

Maliyetlerin büyük ölçüde artmış olmasından dolayı günümüz bankacılığında, bankaların sadece riski az kredi taleplerini karşıladıkları ve uzun vadeli kredi vermekten kaçındıkları gözlemlenmektedir. Böylece bankalar, mal ve hizmet akımını sağlayan ve tekrar kolayca geri dönebilecek türden kredi vermeyi tercih etmektedirler. Bankaların kredi arz fonksiyonu,

bankaların ve kredi alan kurumların davranışları tarafından belirlenmektedir. Bankalarca verilen kredi bir dizi fonksiyona bağlıdır.

A=Kredi kaynakları

R=Kredi faizi

K=Kredi tutarı

L=Kredinin süresi

S=Kredinin güvenceleri

F=Kredi arz fonksiyonu

f=Fonksiyon işareti

Bankaların kaynakları genellikle kurumun büyüklüğüne bağlıdır. Aktiflerin yapısı, yasal sınırlamalar, verilen kredinin türü, kredi alan kurumun beklenen karlılığı, cari oranı, net varlıkları, vb. kredi düzeyini etkilemektedir. Konjonktür hareketleri, kredi talebini etkilediği gibi bankaların kredi kaynaklarını da etkilemektedir.

Kredi hacmi ile krediye uygulanan faiz oranı arasındaki ilişki sunulacak kredi tutarını ve elde edilecek faiz marjını etkilemekte; ancak faiz marjları ve kredi hacmi arasındaki bu paralel gelişmede belirli bir kredi hacmi ortaya çıkmaktadır. Kredi hacminin yükselmesi, artan faiz marjlarına bağlıdır. Faiz marjları en yüksek değere ulaşırken, kredi hacmi yeniden gerilemektedir. Kredi hacmi gerilemeye devam ederken, faiz marjları da buna uymaktadır. Kredi hacmi en düşük noktaya varırken, faiz marjları düşmeye devam etmektedir. Düşük bir faiz marjı kredi hacminin artmasına yol açmakta, kredi hacmi artmaya devam ederken faiz marjları da yükselmektedir (Berk, 1985, s. 26-28).

Bankacılıkta teknik unsurların ön planda olduğu özellikle yığın işlemlerde önemi büyük olan hizmetin müşteri gereksinmelerine uyarlanması, işletme politikası gereği, “biz diğer kurumlardan daha iyisini sunabiliriz” sloganına dayanmaktadır. Hizmetin özelleştirilmesinin hedefi; özel müşterilerin isteklerinin saptanması ve mümkün olduğu kadar rasyonel bir biçimde karşılanmasıdır.

Firma-müşterilerinde esneklik, bireysellik, hizmet ve kalitenin ön planda yer alması sonucu, günümüzde genel eğilim firma müşterilerinde sayıları sınırlı olan büyük müşterilere sipariş temeline dayanan özel hizmetler sunma, kitle müşterilerinin gereksinmelerini de standart hizmetler ile karşılama yönündedir. Bankaların bu alandaki tipik çabaları standart

krediler sunmak biçiminde somutlaşmaktadır. Böylece yeni bir kredi türü uygulamasına geçen bir bankayı diğerleri de izlemektedir.

Pazarlama aracı olarak hizmetlere standart bir yapı kazandırılması prensibinin başarılı bir biçimde uygulama aracı aşağıdaki unsurlardan oluşmaktadır.

- Temel ya da ikincil pazarların ele geçirilmesi,
- Yasal teşvik önlemlerinden yararlanılması,
- Hizmetlerin tanıtım gücünün artırılması,
- Kurum imajının iyileştirilmesi,
- Çeşitli Pazar bölümlerinde üstünlük sağlanması.

Yeni pazarların ele geçirilmesinde, banka ürünlerinin müşteri ya da müşteri gruplarının gereksinmelerine uyarlanmasıyla etkili bir pazar başarısının elde edilmesi, söz gelimi “ küçük ve orta büyüklükteki “ işletmelerin finansal gereksinmelerine uygun kredilerin sunulmasına bağlı olabilir. İkinci! pazarların ele geçirilmesinde bir başka örnek serbest mesleklere yönelik farklı kredi hizmetlerinin programa alınmasıdır. Çeşitli işletme büyüklüklerine göre yeni kredi uygulama denemelerinin başlatılması ile belirli pazar bölümlerinin ele geçirilmesi hedef alınmaktadır.

Birçok durumda hizmet farklılaştırmasının hedefi, müşteri ile banka arasında sürekli bir bağlantı kurmak ve fiyat politikasının hareket alanını artırmada, tercihler oluşturmada, kurumun öncü ve avantajlı olduğu pazar koşulları yaratmaktadır.

Çok sayıda ve değişik hizmetler sunan bankalar, kurumdan kuruma farklı olmakla birlikte çok geniş bir müşteri çevresine sahiptirler. Geniş bir hizmet paketinin riskin sınırlandırılması ile likiditenin güvenceye alınması gibi yararları bulunmaktadır. Hizmetlerin kalite ve kapsamı ayrıca bir bankanın finansal yapısını ve likiditesini belirlemektedir. Hizmet türü politikasının; müşterilerin bankaya bağlanması, mevcut potansiyelden faydalanılması ve yeni müşterilerin kazanılmasına katkısı olmaktadır. Kuruma bağlanmanın derecesi ya da müşteri firmaların bankayı tercih etmeleri; kredi kurumunun banka hizmetlerine olan talebi uygun bir hizmet paketi sunumu ile müşteri gereksinmelerini karşılayabilme yeteneğine bağlıdır.

Ticari müşterilerin, rekabet baskısına ilişkin sorunlara bankaların desteği ile çözüm arayışları, firma işlemlerinde kredi kurumlarının hizmet türlerinin sürekli artması sonucuna

yol açmıştır. Standart hizmetler sunumu yeni değişkenlerle sürekli genişlemektedir. Örneğin genç işletmelere finansman kredileri, kuruluş kredileri, ticari işletme kredileri, sermaye iştirak şirketlerinin öz sermayeye katılmasına aracılık, leasing, factoring ve forfaiting gibi finansman şekilleri banka hizmetleri arasında yer almaya başlamıştır.

2.1.3. Kredi Kaynakları

Diğer işletme türlerinde olduğu gibi bankalar da fonlarını öz kaynaklar ve yabancı kaynaklar olmak üzere iki kaynaktan sağlayabilmektedir.

Ticari bankacılıkta öz sermaye, bir finansman unsuru olmaktan çok, bankanın uğrayabileceği riskler nedeniyle bir karşılık ve özellikle bankanın temel kaynağını oluşturan mevduat ve taahhütlerin bir karşılığıdır.

Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığının belirlemiş olduğu “Sermaye Tabanı/ Risk Ağırlıklı Aktifler, Gayri Nakdi Krediler, Yükümlülükler” oranı bankalar için zorunlu sermaye tutarını önemli ölçüde artırmıştır. Aynı zamanda bankalarda öz kaynağın; genel kredi hacmi, bir gerçek ve tüzel kişiye açılacak kredi sınırları, iştiraklere verilecek krediler, iştirakçilere ayrılacak sermaye tutarı, limit dahili verilecek teminat mektupları, bankaların edinebilecekleri taşınmaz mallar için sınır, ölçü oluşturması; bankaları daha fazla öz kaynakla çalışmaya zorlamaktadır. Bankaların öz kaynakları banka alacaklarına karşı da bir güvence oluşturduğu ve bankaya itibar ve prestij kazandırdığı için yasal zorunluluklar dışında banka işletmeciliğinin gerekleri de bankalarda öz kaynakların sürekli artmasını gerektirmektedir.

Fonların büyük bir bölümünü oluşturan yabancı kaynaklar, mevduat. Merkez Bankası reeskont ve avansları, tahvil ihracı, varlığa dayalı menkul kıymet ve İnterbank para piyasalarından sağlanan fonlar olarak sıralanabilir.

Yabancı kaynaklar arasında en önemli kalem olan mevduat; bankalara istenildiği zamanda ya da belirli bir vadenin sonunda çekilmek üzere yatırılan Türk Lirası ya da yabancı paralardan oluşmaktadır. Mevduat, bankanın toplam yabancı kaynakları içinde büyük bir öneme sahiptir. Bu durum, Türk bankalarının öz kaynaklarından daha çok yabancı kaynaklara, özellikle de mevduata dayalı faaliyet gösterdiklerine işarettir. Tahvil ihracı da bankalar için başka bir fon kaynağı oluşturmaktadır.

Bankaların Merkez Bankası'ndan sağlanan fonları ise kısa ve uzun vadelerle sağlanan reeskont ve avans kredileri şeklindedir. Bunların yanı sıra bankalar, fonlarının bir kısmını da İnterbank'tan borçlanmak yoluyla sağlamaktadır. Sözü geçen kaynak genellikle çok kısa vadelerle fon sağlanmasında kullanılmakta ve pratik olarak uygulama alanı bulabilmektedir. Son yıllarda ortaya çıkan bir diğer fon kaynağı ise, bireysel hizmet veren büyük ticari bankaların kullanabilecekleri "Varlığa Dayalı Menkul Kıymet" ihracıdır. Bu yöntemle banka sahip olduğu varlıklar karşılığında menkul kıymet ihraç ederek ilave bir fon yaratabilmektedir. Söz konusu yöntem, daha çok tek başına satılmaları zor olan düşük meblağlı kredilerin pazarlamasında kullanılmaktadır.

Bankalar, bu fon kaynaklarının birini ya da birden fazlasını farklı oranlarda birlikte kullanabilmektedir. Başvurulacak kaynakların türü bankanın ihtiyaçlarına, kullanım alanlarına, fon sağlama koşullarına ve kanuni düzenlemelere göre değişebilmektedir. Bu nedenle bankanın fon yönetimi, optimal fon sağlanması konusuna büyük önem vermek durumundadır. Zira, iyi bir fon yönetiminin varlığı bankaların başarılarının temel gereklerindedir.

Türk bankaları, yurt içi tasarrufların giderek azaldığı ve maliyetin yükseldiği bir ortamda, tüketime dayalı aktivitenin finansmanında yurt dışı kaynak kullanımını artırmışlardır. Ekonomideki büyümeye paralel olarak son yıllarda aktivitelerini büyüten bankaların en önemli kaynakları döviz tevdiat hesapları ve yurt dışı krediler olmuştur (Aras, 1996, s. 108-109).

2.1.4. Kurumsal Kredilerin Fonksiyonları

Kredi bir ülkede ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi ve ekonomik büyümenin sürekliliği açısından kullanılması zorunlu olan bir finansal kaynaktır. Ekonomide iktisadi ve ticari faaliyetlerin sürekli gelişmesi, işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmesi ya da hızlı değişimlere uyum sağlayabilmesi için fon ihtiyacı yaratmaktadır. Bu fon ihtiyacı ise büyük ölçüde bankalardan sağlanan kredilerle karşılanmaktadır (Aras, 1996, s. 5).

Tüm ticari bankaların karlılığını ve ödeme gücünü etkileyen en önemli faktörlerden birisi etkili bir kredi organizasyon ve kontrol mekanizmasının varlığıdır. Kredi fonksiyonu belki de bir banka için en farklı ve en gelişmiş uygulamadır. Ayrıca bir çok banka için; yönetim, mudiler ve hissedarlar açısından en riskli fonksiyondur.

Tüm bankalar için aynı ölçülerde uygulanabilecek bir kredi fonksiyonunun varlığından söz etmek oldukça güçtür. Kredilerin nitelikleri bankaların büyüklüğüne ve işin türüne göre farklılık göstermektedir (Hempel, Coleman, Simonson, 1994, s.355).

Fakat genel anlamda ticari kredilerin niteliklerine bakacak olursak; Kredi, piyasada tedavül (sürüm) fonksiyonunu yerine getirir. Ayrıca bankaların mevduat yoluyla elde ettikleri ve atıl durumda bulunan tasarruflarının iş alanlarına aktarımını sağlar ve ekonominin dinamizm kazanmasında etkili olur. Bunun yanında ticari kredilerin diğer bir özelliği de malların arzı ile talebi arasındaki dengenin sağlanmasına katkıda bulunmasıdır (Toprak, 1998, s. 8).

2.1.5. Kurumsal Krediler için Pazarlama Karması

Bankacılık sektöründe ön önemli faaliyetlerden olan kredilerin uygulama alanının genişlemesi ve sektörün odağı haline gelmesi iyi bir pazarlama politikasının geliştirilip uygulanması gereğini doğurmuştur. Bu nedenle de son yıllarda iyi bir pazarlama yönetimine olan ihtiyaç artmış ve bu konuda spesifik pazarlama teknikleri geliştirilmeye başlanmıştır.

Pazarlama konusunda ele alınması gereken en önemli konu pazarın bölümlenmesi ve bu bölümler üzerinde yoğunlaşılmasıdır. Bu bölümde kısaca pazarlama karmasının kredi pazarları açısından ele alınmasında yarar görülmüştür;

2.1.5.1. Ürün

Bankacılıkta ürün dizisi genel olarak somut bir eşya yerine soyut bir hizmettir. Burada müşteri bir eşyanın sahibi olmak yerine hizmetin performansından yararlanır. Bu nedenle, pazarın gücünü etkileyen sadece küçük bir noktadan ibarettir; hizmetin veriliş şekli ve kalitesi. Başka bir deyişle tüketim çağını yaşadığımız günümüzde bankacılık hizmetlerinde göze çarpan en temel karakteristiklerin çeşitlilik ve farklılık olduğunu söyleyebiliriz.

2.1.5.2. Fiyat

Pazar odaklı bankalar için kredi pazarlamasında fiyat en önemli faktördür. Her şeyin ötesinde amaç; her bir işlemde aynı hasılat veya belli yüzdesel bir kar değil, her bölge veya şubede maksimum kardır. Bu nedenle fiyat üstlenilen risk ve müşterinin verimliliği göz önüne alınarak bir malzeme olarak kullanılır.

2.1.5.3. Yer ve Dağıtım Kanalları

Kredi pazarında faaliyette bulunan bir bankanın şubelerinin müşteriler tarafından kolay ulaşılabilir mekanlarda konumlandırılması gereklidir. Örneğin, şubelerin nüfus, ticaret ve endüstri merkezlerinde yer almasının önemi pazarlama açısından tartışılmazdır. Şubelerin yerleşimi, pazarlama araştırmaları açısından da önem taşır; şubelerin optimal yerleşimi konusunda geliştirilmiş pek çok yeni sayısal tekniğin bu konuda yararlı olduğunu belirtmekte yarar vardır.

Bunun yanında şubenin imajının da önemini vurgulamak gerekir; genel olarak bulunduğu bölgede bankanın tanıtımını yapacak olan, şubedir. Bunun için bankanın amblemi ve genel olarak tüm şubelerinde benzer bir ortamda hizmet vermesi müşterinin diğer tüm şubelere başvurduğunda da kendi şubesindeymiş gibi rahat hissetmesi sonucunu doğuracaktır.

2.1.5.4. Tutundurma

Bankacılıkta tutundurmaya konu olan yalnızca hizmetin kendisi değil, hizmetten duyulan memnuniyet ve de hizmetin sürekliliğidir. “Amerikan Bankalar Birliğince” yapılan bir araştırmaya göre en önemli iki nokta reklam (%75) ve promosyon (%10)’ dur. (Meidan, 1978, s.76)

Bankacılıkta, uygulanan bir pazarlama stratejisinin tüm kurum stratejisi üzerinde etkisi vardır. Bir bankanın, pazarlama karması; finansal hizmetlerin her aşamasında her bir müşteri için, aynı yerde, çarpıcı bir fiyatta bir tutundurma politikası şeklinde olabilir. Başka bir deyişle şubeler arasındaki iletişimi sağlayan, merkezi bir bilgi işlem sistemi bankalara bir finans merkezi olma konusunda büyük bir fırsat yaratır (Meidan, 1978, s. 75-80).

2.2. KURUMSAL KREDİLERİN PAZARLANMASI SÜRECİ

2.2.1. Hizmet Paketinin Hazırlanması ve Sunulması

Kredilendirme işlemi, bankaya kredi başvurusunun gelmesi ile başlayan bir süreçtir. Kredilendirme işleminin başarılı olabilmesi, bankanın amaçlarına, bu amaçlar doğrultusunda belirlediği politikalara ve bunların uygulanmasına bağlıdır. Bu açıdan kredilendirme sürecinde hizmet paketinin hazırlanması ve sunulması birbirine bağlı beş aşamadan oluşmaktadır.

- Kredi başvurusu,
- Kredi değerlemesi,
- Kredinin yapılandırılması ve kabul-red kararı,
- İç denetim ve kredinin izlenmesi,
- Geri ödeme gücü.

Bu sürecin birbirine bağlantılı olan akışına önem verilmelidir. Kredi iş akışındaki bu karşılıklı bağımlılığa, son ödemenin gelecekteki kabul-red kararlarına etkisi yanında kredi vadesinin ödenmeme riskine olan etkisi de örnek olarak verilebilir (Aras, 1996, s. 55).

Aşağıdaki bölümde de ayrıntılı olarak görüleceği gibi kredi kararının verilmesi, hizmet paketinin hazırlanması ve sunulması aşamasında kredi talep eden firma ya da sektör hakkında ve kredinin tahsis biçimi hakkında bir takım önceliklerin belirlenmesi gerekir. Öncelikle birkaç kelime ile kredi tahsis ilkelerini açıklamakta yarar görülmüştür. Kredi tahsis ilkelerini genel olarak dört başlıkta toplamak mümkündür. Birer cümle ile özetlendiği takdirde bunlar;

1-Sağlamlık ; Kredi kullanacak firma sağlam olmalı ve kredi sağlam teminatlarla desteklenmiş olmalıdır,

2-Seyyaliyet ; Kredi işlemlerinin akıcı olarak yürümesi esastır. Bir başka deyişle kredi kullanan firmanın borç ödeme kabiliyetinin yüksek olması ve kredilerin belirlenen şartlara uygun olmasıdır ,

3-Verimlilik; Kredi, bankaların genel müdürlük birimlerince belirlenen verim koşullarının sağlanması koşuluyla kullanılmalıdır,

4-Uygunluk; Kredi, uygun kişiye uygun işte kullanılmak üzere verilmelidir.

Bunlara ek olarak hizmet paketinin hazırlanması aşamasında kredi analistlerinin yerine getirmesi gereken bir takım görevler vardır. Bu görevlerin en başında kredi talep eden firmalarla yapılan görüşmelerden elde edilecek bilgilerin gerçekliği gelir. Sağlıklı bir kredi ilişkisinde öncelikle firma ile görüşülmesi ve yapılan görüşmede de, kredi koşulları üzerinde karşılıklı mutabakatın sağlanması şarttır. Önceden mutabakat sağlanmamışsa, tahsis edilen kredinin kullanılması aşamasında sorunların yaşanması kaçınılmazdır. Böyle bir durumda

sorunların çözümü için tekrar onay makamına başvurulması gerekecek, bu da zaman kaybına neden olacaktır. Bu aşamada firmanın kredi kullanmaktan vazgeçmesi olasılığı da kaçınılmazdır. Bunun yanında görüşme sırasında en büyük sakıncayı söz vererek taahhüt altına girmek yaratacaktır. Verilen sözlerin yerine getirilememesi, zaman ve prestij kaybına neden olacaktır.

Üzerinde önemle durulması gereken bir diğer konu ise banka şubesinin faaliyette bulunduğu bölgenin ticari özelliklerinin ayrıntılı olarak incelenmesi ve yeterli bilgiye sahip olunmasıdır. Özellikle farklı bölgelerde faaliyet gösteren çok şubeli bankalar açısından bu durum önem arz etmektedir.

Her yörenin, değişik ve kendine özgü özellikleri olduğu gibi yöresel piyasalarda dahi farklılıklar mevcuttur. Bazı yörelerde, dünya piyasalarında etkili olan ürünlerin yetişmesi söz konusudur. Örneğin; Doğu Karadeniz bölgesinde fındık, tütün vb, bazı yöreler ise, sanayileşmiştir. Dünya piyasalarına etki eden ürünlerin fiyatları "taban fiyatı" adı altında, siyasi organlar tarafından belirlenmekte, bu belirlemelerde de zaman zaman siyasi politikalar etkili olmakta ve fiyatlar yüksek tutulabilmektedir.

Piyasanın kredi potansiyeli ve türleri araştırılırken, taban fiyatı uygulamasına tabi olan bu ürünlerin, yöre tüccarı tarafından satın alınacağına da unutulmaması gerekir. Yapılacak araştırmada ürünün ;

- Rekoltesinin ne olacağı,
 - Fiyatlarının ne olacağı
 - İhracat potansiyelinin olup olmadığı,
 - Hangi türden kredilere gereksinim duyulacağı,
 - Kredi ve ihracat işlemlerine hangi bankalar tarafından aracılık edildiği
- belirlenir.

Taban fiyatlar yüksek belirlenmişse, devlet ödemelerinde aksamaları da beraberinde getirecektir. Yüksek fiyatın, geç ödeme anlamına geldiğini çok iyi bilen yöre halkı, yüksek fiyatla devlete satacağı ürününü, daha düşük fiyatla tüccara satarak ihtiyacı olan parayı peşin alma yoluna gidecektir. Malı alacak tüccar da paraya ihtiyaç duyacağından, bunu bankalardan temine çalışacaktır. Sanayileşmiş bölgelerde ise;

- Hangi ürünlerin yaygın olarak üretildiği,
- Ham,yarı mamul maddelerin nereden hangi koşullarla sağlandığı,
- İhracat ya da ithalat potansiyelinin olup olmadığı,koşullarının neler olduğu,hangi ülkelere ihracat yapıldığı ve hangi ülkelerden ithalat yapıldığı,
- İhracat, ithalat işlemlerine hangi bankalar tarafından aracılık edildiği konularının araştırmasında yarar vardır (Usta, 1991, s. 56).

Bunun yanında hükümetlerin aldığı kararlardan veya bu kararlar sonucunda oluşan ekonomik olaylardan, sektörlerin etkilenmesi de mümkündür. Örneğin, Irak'ın tutumundan kaynaklanmış olan "Körfez krizinden en fazla etkilenen sektörler; turizm, inşaat ve taşımacılık sektörleri olmuştur. Zaman zaman , sektörlerin tümü bile bu tür olaylardan, ekonomik ve siyasi kararlardan etkilenebilmektedir.

Olası etkileri azaltmak için; portföy oluşturma ve hizmet paketini hazırlama çalışmalarında firma seçimleri bankaların genel müdürlük birimlerinde "Kredi Politikaları" doğrultusunda yapılır. Firmaların farklı sektörlerden seçilmesinin diğer amacı ise, riskin yaygınlaştırılması prensibinin bir sonucudur (Usta, 1991, s. 57).

İncelenmesi gereken bir başka konuda firmanın piyasa deneyimidir. İstisnalar hariç, yeni firmalarla kredi ilişkisine girmekten kaçınılır. Firmanın, belli süreli piyasa deneyimine sahip olması ve işini çok iyi bilmesi, kredilendirme açısından önemlidir. Firmanın finansal rakamlarının sağlıklı olarak irdelenebilmesi için de geçmişinin en az 3 yıllık olmasında yarar vardır.

Yeni firmalarla kredi ilişkisine girmemek esas olmakla birlikte, istisnai durumlarda bunlara da kredi tahsis edilmesi mümkündür. Bu tür firmaların rakamsal verilerinden daha çok, ortaklarının geçmişi, bilgi düzeyi ve tecrübesi ön plana çıkar. Genellikle birbirini az tanıyan kişilerin bir araya gelmesiyle kurulan bu tür firmaların değerlendirilmesi sırasında, ortaklarından en az birinin, konusunda tecrübeli olması şartı aranır.

Bunun yanında firma kapasitesinin de iyi olması gerekir. Önceki açıklamalar göz önünde bulundurularak firma "kapasite" kavramının daha geniş olarak tanımlanması gerekirse bu kavram;firma sahibinin tecrübe, bilgi, tahsil durumu, taahhütlerine sadakati, yaşı, alışkanlıkları, icra takibine uğrayıp uğramadığı, sağlık durumu, protesto, çek yasağı gibi

konuların sonucunu ifade eder. Kredi taleplerinin değerlendirilmesinde, firmanın kapasitesinin iyi olması çok önemli bir avantajdır.

Bunun yanında kredi talebinde bulunan firmanın protesto ve çek yasağının bulunmaması ilk ve en önemli koşuldur. Ayrıca, firmanın kanuni takibe uğramış veya mali açıdan hüküm giymiş olması, konkordato talebinde bulunmuş olması veya iflasa muhatap olması kredi talebinin olumsuz olarak değerlendirilmesine etki eder. İstisnai bazı durumlarda , yasal leke listelerine bulaşma göz ardı edilebilir. Ancak;bu şekildeki işlemlere muhatap olan firmanın , kanıt yerine geçecek belgelerle ve tatmin edecek şekilde olayı açıklaması gerekir.

Örneğin ,kredi talep eden kişi topraktan daire satın almış, buna karşılık senet ve veya çek vermiştir. Buna karşılık müteahhit firma taahhüdünü yerine getirmemiş hatta inşaata bile başlamamıştır. Bu durumda borçlu, haklı olarak senetlerini ödemekten kaçınarak senetleri protesto olmuş, kredi tahsis organı ikna olduğu takdirde olaya olumlu bakabilecektir.

Bu türden olaylar varsa ve firma tarafından haklılığı kanıtlanmışsa, durumun, firma değerlendirme raporunda özellikle belirtilmesi gerekir. Yapılan araştırmada firmanın;

-Çok eskiden gelen protestosu belirlenmişse, bunun nedeni araştırılır ve ona göre karar verilir.

-Protesto, hatır senedi ile ilgili ise ve nedenleri firma tarafından belgelerle açıklanmışsa, durumunun kuvvetli olması halinde ona göre karar verilir.

-Önceden icra takibine uğramış ve bu konuda haklılığını kanıtlamışsa gerçek olup olmadığı araştırılır ve ona göre karar verilir (Usta, 1991, s. 58).

Kredi talep eden firmanın menkul ve gayrimenkul varlığının olması da kredi talebinin olumlu karşılanması açısından önem taşır. Firmanın verdiği belgelerden, menkul veya gayri menkul varlıklarının olup olmadığı ile ilgili bilgiler elde edilebilir. _Bu türden varlıklara sahip değilse; Edinilen varlıkların,eş veya yakınlarının üzerine kaydettirildiği,birikimlerin altın veya tahvile yatırıldığı akla gelecektir. Birikimlerin bu şekilde değerlendirilmesi firmanın iyi niyetli olmadığını ortaya koyacaktır. Alınan sinyaller bu türden ise, krediyi değerlendiren için uyarı olmalıdır. Veya;

- Çeşitli varlıklar satın aldığı ancak, üstüne kayıtlı olmadığı belirlenmişse karışık işler çevirdiği ve bunu bankalardan ve ticari çevresinden gizlediği,

• Menkul veya gayrimenkul varlığa gerçekten sahip değilse, bu durumda firmanın başarısız olduğu ,düşüncesi oluşacak ve ona göre karar verilecektir.

Ayrıca alınan teminatlarda rehin olup olmadığının da araştırılması gerekir. Kredi koşulu gereği teminat olarak alınmasında mutabık kalınan gayri menkullere ait tapu sicil kayıtlarında, tizerlerinde rehin olup olmadığı araştırılır. Teminat olarak kefalet imzası alınacak ve ek olarak da ipotek tesis edilecekse, yukarıdaki araştırma ve incelemelerin aynen yapılması gerekir.

Diğer bankalardan alınan kredilere karşılık ipotek verilmişse, verilecek krediler içinde ipotek alınmasında ısrarlı olunur. Diğer bankalara vermiş olduğu ipotekler örnek gösterildiği halde, ipotek vermemekte ısrar ederse, kredi teklif veya tahsisinden kaçınılır.

Kredi sözleşmesine kefalet imzası alınacak gerçek veya tüzel kişinin, lehdar firma için talep edilen kredileri, sorunsuz şekilde geri ödeyebilecek güçte olup olmadığının da saptanması gerekir. Bu amaçla, kefil olacak firmanın da aynen lehdar firma (kredi kullanacak firma) gibi ele alınarak incelenmesi ve kredi değerliliğinin tespiti yapılmalıdır.

Kefil firmanın mali durumu ve faaliyet gelişimi, piyasa tecrübesi, varlık ve kapasitesi, diğer bankalardaki kredi limit ve riskleri, daha önce vermiş olduğu kefalet miktarları, serbest menkul ve gayrimenkul varlığı ve benzeri hususlar, kredi değerliliği açısından tek tek araştırılır ve firmanın serbest öz varlığı belirlenir.

Kredi talebi değerlendirilirken, nerede kullanılacağını ve diğer gerekçelerinin belirlenmesine ihtiyaç vardır. İstenilen cevapların alınabilmesi için, "7N " formülü şeklinde özetlenebilen sistemden yararlanmak mümkündür. Bu formüle göre ; firma krediyi,

*Neden istiyor?

*Ne kadar istiyor?

*Ne verim sağlayacak?

*Ne kadarını kendi finanse edecek?

*Nasıl geri ödeyecek?

*Ne zaman geri ödeyecek?

*Ne tür teminat verecek ?

sorularının karşılığında alınacak cevapların, krediyi yapılandıracak olan analisti ikna etmesi gerekir.

Kredi konusu olan proje incelenirken, geri ödemenin nasıl gerçekleştirileceği yani, fonun nasıl, nereden sağlanacağı kesinleştirilir (Usta, 1991, s. 60).

Firma önceden ilgili banka çalışmış ve çalışmasına herhangi bir nedenle ara vermiş ise ;önceki uygulamalarının da test edilmesi gerekir. Test edilmesi sırasında ; teminat senetlerinin, devre sonu faizlerinin ve kredilerin vadelerinde ödenip ödenmediğine, kredi şartlarına uyumda sorunların yaşanıp yaşanmadığına, Bankanın prensiplerine aykırı isteklerin olup olmadığına da bakılır. Eğer firma ile ilk kez çalışılacaksa, piyasa ve diğer bankalarla olan ilişkileri test edilir,bunun sonucunda bazı olumsuzluklar belirlenmişse, kredi isteği geri çevrilir (Usta, 1991, s.61).

Bu incelemelerin olumlu olması durumunda bankanın kredi politikaları doğrultusunda müşteri ile kredi ilişkisine girilir.

2.2.2. Kredi Maliyeti ve Fiyatlandırması

2.2.2.1. Kredi Maliyetleri

Bir kredinin fiyatlandırılmasında en önemli faktör maliyettir. Fon maliyeti aynı zamanda kredi ilişkisindeki en önemli gideri oluşturmaktadır. Kredinin bankaya maliyetini hesaplayabilmek için maliyeti oluşturan unsurların bilinmesi gerekir. Böylece gerçek fon maliyeti belirlenerek rasyonel bir fiyatlandırma yapılabilecektir.

Normal koşullarda, maliyet ya da bazı maliyet unsurları, fiyat belirlenmesinde tabanı oluşturmaktadır. Öte yandan, banka her zaman maliyetlerinin üzerinde fiyat belirleyebilir. Bazı durumlarda maliyet hesaplaması yapılmakla birlikte belirli amaçlar ve yararlar uğruna maliyetlerin altında fiyat saptanabilmektedir.

Banka tarafından müşteriye kullanılacak kredi maliyeti, fonlama maliyetleri ve firmaya verilen hizmet maliyeti olmak üzere iki ana bölüme ayrılabilir.

Kredi olarak verilen fonların maliyetini, dolayısıyla kredilerin karşılığı olan en az marjları belirleyen maliyet unsurları aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

- Öz sermaye ve likidite maliyetleri,
 - Kredi riski maliyetleri,
 - Birim maliyetler,
 - Genel maliyetler.
 - Bu tür maliyetlere mevduat derleme maliyetlerin, yani vadeli mevduat faizi ve vadesiz mevduat faiz maliyetini de ilave etmek olanaklıdır. Öte yandan hacimdeki değişikliklere göre yapılan sınıflandırmaya göre ise maliyetler;
 - Değişken maliyetler,
 - Sabit maliyetler,
 - Yarı değişken maliyetler
- Olarak üç kısma ayrılabilir.

Bunun yanında konumuz açısından en önemli maliyet faktörü satış ve pazarlama maliyetleridir. Bu tür maliyetler, kredinin pazarlaması ve tanıtımı ile ilgili reklam masrafları, müşterilerle temas kurmak için yapılan yolculuk, konaklama gibi giderleri kapsamaktadır. Satış ya da pazarlama maliyetlerinin büyük bölümü genellikle müşteri hizmetleri hesaplarında izlenmesi nedeniyle, kredi maliyetlerinin analizi sırasında çoğunlukla gözden kaçırılmaktadır. Maliyet esasına göre gerçek bir fiyatlamamanın yapılabilmesi için özellikle günümüz bankacılığında önemli bir maliyet unsuru olan pazarlama ve satış maliyetlerinin ayrı bir hesapta izlenmesi ve bunu sağlayacak bir muhasebe sisteminin kurulması gereklidir (Aras, 1996, s.78-87).

2.2.2.2. Fiyat Belirlemede Hareket Alanı

Banka gelirlerinin önemli bir bölümünü oluşturan kredi faizleri batılı ülkelerde öz sermaye karlılığının temeli olarak görülmektedir. Büyük kuruluşların finansal güçlerinin artması, özellikle daha düşük faiz oranları üzerinden para bulmaları, orta ve küçük boy firmalar açısından yoğun bir rekabetin başlaması anlamına gelmektedir. Öte yandan bu tip firmalara verilen kredilerin geri dönme riskinin daha yüksek olması, iyi bir fiyat belirlemeyi kaçınılmaz kılmıştır. Yüksek fiyat saptama çabasında ise bankalar çeşitli sınırlayıcı faktörlerle hareket alanlarını daraltıcı Pazar gelişmesi ile karşılaşmaktadırlar. Bununla birlikte sistematik açıdan başarılı bir pazarlama ve yönetim yardımı ile bankalar bu durumu tamamen düzeltecek olanaklara sahiptirler.

Kredi pazarı geniş alanda giderek yığın mallar pazarına dönüşmektedir. Proje finansmanı kredileri dahil kredi hizmetlerinin uzmanlık karakteri giderek azalmaktadır. Bu pazarda çok sayıda sunucu bulunmakta ve aşırı kapasite ile karşılaşmaktadır. Hem bölüşüm sisteminde hem de öz sermaye yapısında önemli değişimler olmakta, diğer bir ifadeyle kredili finansman üstünlükleri artık herkesçe bilinmektedir. Öte yandan büyük sanayi işletmelerinin iyi bir imaja sahip olmaları nedeniyle öz sermaye riskini bankalarıyla bölüşme eğilimi de artmıştır.

Her şeyden önce müşterilerin fiyat karşısında giderek bilinçlenmeleri, meslek bilgilerinin artması, sunu ve fiyatlar hakkında şeffaflığın artışı, fiyat limitlerini daraltmakta, hareket alanını güçleştirmektedir. Gelecekte küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansman bölümlerinde eğitilmiş personelin görev alması hesaba katıldığında kredi görüşmelerini zorunlu olarak daha da katılaştıracaktır. Sanayi ve ticaret firmalarında eğitilmiş finansman uzmanlarını istihdam etme çabaları yoğunlaşırken böylesine çetin pazar koşullarında bankaların fiyat oluşumu ve kredi görüşmelerinin yürütülmesi için gerekli hazırlığa sahip oldukları söylenemez. Bankalarımızın çoğunda uzmanlar fiyatın alt sınırından habersizdirler. Bunun için gerekli ayrıntılı verilerden, fiyat marjı Pazar yapısı ve müşteri davranışları hakkında gerekli bilgilerden yoksundurlar. Bu konulara ilişkin bilgiler sistematik bir biçimde derlenmemektedir.

Veri pazar koşulları altında belirlenmiş bir fiyatı kabul etmek yerine ayrıntılı bir hesaplama dayanan fiyatı müşteriye kabul ettirmek ve kendisine tanınan bu fırsatı değerlendirmek, rekabet ortamında bankaya üstünlük sağlar. Her şeyden önce kendi maliyet yapısını ve fiyat alt sınırını iyi tanıyan bankalar, gerçek boş kapasitelerin bulunduğu durumlarda ek kredi işlemlerini marjinal maliyetlerden sunarak müşteri tabanını genişletirler. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, marjinal maliyetlere dayanarak kredi verilen iş kolunda genel fiyat düzeyine zarar vermeden diğer kredi işlemlerinden toplam maliyetleri karşılamaktır.

Diğer taraftan fiyat belirleme toplam müşteri stratejisinin bir alt bölümü olarak da düşünülebilir. Yalnız burada önemli bir nokta gözden kaçırılmamalıdır. Toplam müşteri ilişkilerinde, bankanın bir alanda yenilikçi ve avantajlı olduğu müşteriye bağlayıcı, kendine özgü herhangi bir kredi işleminin bulunması gerekir. Böyle bir durum söz konusu olmadığı sürece rakip kredi kurumları çeşitli kredi hizmetleri ile devreye girerler. Fakat müşterinin bankaya bağlılığı söz konusu olduğunda banka bu durumu değerlendirmek için yüksek fiyat uygulayabilir. Zira müşterinin bu konuda bankaya gereksinme duyması durumunda, küçük

fiyat farkları üzerinde durmadan, diğer alanda elde ettiği avantajlarla bunu dengeleme yoluna gider (Berk, 1987, s. 52).

2.2.2.3. Kredi Fiyatlandırması

Ana faaliyet konusu kredi vermek ve buradan gelir sağlamak olan bankalar, verdikleri kredilerin kredilendirilebilir fonlarının maliyetini karşılama ve buna ilave olarak makul bir kar sağlama beklerler. Diğer taraftan, bankacılık kesimindeki yoğun rekabet, bankaların kar marjlarını büyük ölçüde kısıtlamaktadır. Bu durum, kredilerin fiyatının mevcut koşullar çerçevesinde, bütün etken faktörlerin değerlendirilmesi ile isabetli bir şekilde belirlenmesini gerektirmektedir. Zira kredilerin fiyatlaması, bankanın karlılığında ve başarısında büyük önem taşımaktadır.

Bankalar, belli baskılar altında hizmet sunarak kar maksimizasyonuna ulaşmaya çalışırlar. Söz konusu baskılar, diğer bankalarla, banka dışındaki diğer finansal kurumlarla ve devlet düzenlemeleriyle ilgili yükümlülüklerden oluşmaktadır.

Bankaların karlılığı, yönetim giderleri ve fonlama maliyetlerine göre kredi faizlerinin ve diğer hizmetlerin fiyatlandırılması ile ilgilidir. Varlıklar içinde en büyük gelir sağlayıcı kalemi krediler oluşturduğu için, kredi faizlerinin belirlenmesi bankaların karlılıklarında önemli bir yere sahiptir. Zira krediler, bankalar için hem gelirin hem de giderin en önemli kaynağını oluşturmaktadır. Ticari bankaların kredilerden sağladığı gelir, faaliyetleri bakımından büyük anlam taşır. Ticari bankaların gelirlerinin en büyük kaynağı kredilerin kullanımı için ödenen fiyattır. Belirlenen fiyatın güvenilirliğine göre krediden sağlanan gelir de değişmektedir.

Verimli bir kredi anlaşması bankaların iki farklı türdeki maliyetini karşılamalıdır. Öncelikle, kredi faizi, borç verilen paranın zaman değerini karşılamalıdır. Ayrıca, kredinin fiyatlandırılmasında kredi faizinin yanında, çeşitli faktörlere göre belirlenmiş ilave bir marj da mevcuttur. Söz konusu marjın doğru olarak belirlenmesi, borçlunun gelecekteki finansal durumunun ayrıntılı ve dikkatli değerlendirilmesi ile olanaklıdır.

Son yıllarda para piyasalarında faiz oranlarının sürekli büyük dalgalanmalar göstermesi, bankaların kredi faiz oranlarını bu dalgalanmaya göre ayarlama zorunluluğu getirmiştir. Piyasa faiz oranları değiştiğinde oranlar ve bankaların kredi fonlama maliyetleri de buna

paralel olarak artmaktadır. Bu nedenle bankalar, kredi faizlerini para piyasası dalgalanmalarına göre ayarlamayı tercih etmektedir.

Kredilerin fiyatlandırılmasında öncelikle önem taşıyan, bankanın sağladığı fonların maliyetidir ve bankanın bu fonların ne kadarını kredi olarak vermek isteğinde olduğudur. Kredilerin fiyatlandırılmasında genel yaklaşım fiyatın riske göre belirlenmesidir. Bu durum fiyatlama sürecinde kredilerin fiyatlamasını etkileyen bütün faktörlerin dikkatle incelenmesini gerektirmektedir.

Kredi fiyatlarının fiyatlandırılması, banka müşterilerinin kredi taleplerinin değerlendirilmesi sonunda, kredinin maliyetini etkileyen bütün faktörleri dikkate alarak, belirli fiyatlama kriterleri ve yöntemleri doğrultusunda, kredinin gerçek fiyatının hesaplanmasını gerektirmektedir. Bu amaçla, fiyatlamayı etkileyen faktörler dikkate alınarak banka ve müşteri ilişkilerine göre fonların alternatif alanlarda kullanım olanaklarının değerlendirilmesi gereklidir.

Kredilerin fiyatlamasını etkileyen faktörler, bankadan bankaya değişmekte ve özellikle uluslararası para piyasasındaki hareketlere göre belirlenen faiz oranları esas alınmaktadır (Aras, 1996, s.71-73).

Kredilendirme sürecinde uygulanacak faiz ve komisyonlar bankaların üst yönetimlerinde,diğer bir deyişle genel müdürlük birimlerinde belirlenir. Ancak belirlenen fiyatlar kesin olmayıp,verim sistemi ele alınarak işlem veya firma bazında özel fiyatlar belirlenebilmektedir.

Ticari kredili firmalara ilişkin fiyatlandırma; para piyasalarındaki gelişmeler,ilgili bankanın fon durumu,firmanın bankaya bağlılığı,firmadan geleceğe dönük beklentiler,firmaya diğer bankaların uyguladığı fiyatlar ve piyasalarda ve fiyatlarda beklenen değişiklikler dikkate alınmak suretiyle değerlendirilmektedir.

Firmalara ilişkin faiz ve komisyon indirimleri gerçekleştirilmeden önce,firmanın diğer bankalardan hangi faiz oranıyla ne kadar kredi kullanabileceği konularında elde edilen bilgilerin genel müdürlük birimlerine iletilmesi ve mutabakatın sağlanması gerekmektedir.

Kredilendirme süreci içerisinde fiyatlandırmada esas alınacak bazı hususları kısaca şu şekilde açıklamak mümkündür;

- Firmanın onaylı kredi tür ve tutarları ile risklerinin dökümü
- Firmanın bankada bulunan mevduat ve menkul kıymet tutarları
- Talep edilen faiz oranı, kredi tutarı ve süreci
- Talep edilen kredinin türü, tutarı, süresi ve talep edilen komisyon oranı
- Firmadan cari yıl içinde sağlanan faiz, komisyon ve diğer bankacılık gelirleri ve vadesiz mevduat vasatısı
- Rekabet (Usta, 1991, s.47).
- Bunun yanında, bankanın karlılığının sürekliliği açısından önemli olan diğer faktörler ise;
- Banka hedefleri ve alternatif yatırım alanları,
- Teminat,
- Geri ödeme koşulları,
- Kredi portföyünün yapısıdır.

Kredi fiyatlaması, aynı zamanda bankanın tüm kredi politikası çerçevesinde dikkate almak zorunda olduğu bir uygulamadır. Bankanın amacı, likidite ve düşük risk düzeyi altında yüksek karlar elde etmektir. Likidite, önemli bir kayıp olmadan varlıkların paraya dönüştürülebilme yeteneğidir. Varlıklar üzerinden sağlanan getiri ise, varlıkların beklenen kazançlarıdır. Bankaların likidite, risk ve getiri arasında optimal dengeyi sağlamaya çalışmaktadır.

Bankanın fiyatlama hedefleri aynı zamanda bankanın amaçlarına göre belirlenen alternatif yatırım araçları yanında rekabet koşullarından da büyük ölçüde etkilenmektedir. Kredilerde nihai fiyat belirleyen unsur pazar fiyatıdır. Bankanın Pazar fiyatını göz ardı ederek bunun aşağısında bir fiyat belirlemesi rekabet gücünü kaybettireceğinden olanaklı değildir (Aras, 1996, s. 73-75).

Bunun yanında bankalar, doğal olarak, uzak bir ihtimal de olsa, kredi talep eden müşterilerinin bankalarından kullandıkları kredileri başka bir bankada mevduat olarak tutmalarını istemezler. Aynı zamanda bu yöntemle, bankaların geleneksel görevleri olan mevduat toplama fonksiyonlarını yerine getirmeleri de sağlanmaktadır.

Bankalar bir ticarî işletme olarak, karlarını maksimum, risklerini de minimum kılmayı amaçlayan finansal kurumlardır. Etkin bir finansal piyasada yüksek riske sahip hisseler genellikle daha yüksek getiriyi sunarlar.

Bankaların genellikle riskten kaçındıkları düşünülmektedir. Bunun anlamı, bankanın daha yüksek riske ancak beklenen getirinin yüksek olması durumunda girmek isteyeceğidir. Riskten kaçınma, bankaların kredilerini fiyatlandırmalarında özel önem taşımaktadır. Ticari bankaların risksiz olarak kabul edilen ve tamamen bir müşteri kredisine yatırım yapabileceğini düşünürsek, riskten kaçınan bankacı, müşteri kredisini ancak, net kredi getirisinin hazine bonosunun getirisini aşması durumunda vermeyi düşünecektir (Aras, 1996, s. 75).

Her şeye rağmen bankalar, varlıklarının gelir yaratma potansiyelini artırabilmek için risk üstlenmeyi kabul etmek durumundadır. Ancak asıl amaç, doğal olarak kredi portföyünü en az riskli hale getirmektir.

Risk konusuna daha sonraki bölümlerde ayrıntılı olarak değinileceğinden bu bölümde kısasa riskin fiyatlamaya etkisi üzerinde durulmuştur.

2.2.2.3.1. Müşteri ile İlişkiler Açısından Kredi Fiyatlandırması

Bankaların, müşterilerini kredilendirmelerinde fiyatın tek belirleyici değişken olduğu düşünülemez. Bunun yanı sıra, kredi isteklisi ve banka arasındaki ilişki de önemli bir rol oynamaktadır. Diğer Pazar koşulları sabitken, küçük bir faiz farkı için uzun süreli iş bağlantılarına son verilemeyeceği gibi, yeni müşteri kazanılmasında da fiyat esnekliği rekabet ortamında kredi kurumuna başarı sağlar.

Kredi fiyatlandırılmasında müşteriye özel koşulların göz önünde bulundurulduğu oldukça sık görülmektedir. Böyle durumlarda müşteri ilişkileri kredi isteminin yerine değerlendirilmektedir. Buna göre sözgelimi kredi isteklisinin mevduat bakımından bankaya kazandıracığı gelir, kredi maliyetini değiştirmektedir (Berk, 1987, s. 44).

Bu açıdan kredilerin fiyatlandırılması sürecinde büyük öneme sahip olan müşterileri üç grupta incelemek ve fiyat politikalarını bu gruplara göre belirlemek yerinde olacaktır. Bu üç müşteri grubunu aşağıdaki gibi sınıflandırabiliriz;

i. Asal Müşteriler;

Genellikle, büyük bankaların Pazarda hakim olan fiyatların altında bir oranda ve daha çok kısa süreli krediler kullanan elit müşterileri vardır. Bu tür müşteriler, bankaların en önemli ve de kredibilitesi en yüksek olan müşterileridir. Bu müşterilere uygulanan kredi şartları, kesinlikle sabit fiyat oranlarının altındadır.

Bankanın asal müşterileri, bankadan, diğer bankalar veya diğer kredi kuruluşlarının sunduğu hizmetler dışında alternatif fon kaynakları ile çalışma olanakları sunmasını beklerler. Bu nedenle de bankanın bu talebe cevap verebilmesi ve rekabet ortamında güç sağlayabilmesi için alternatif kredi oranları sunabilmesi gerekir.

Diğer müşterilerin aksine asal müşteriler, borçlandıkları bankalardan diğer bankacılık hizmetlerini satın almayabilirler. Bu nedenle de bankalar, bu tip müşterilere kredi kullandırırken maliyetlerini direkt olarak yansıtmak zorundadırlar (Hempel, Coleman, Simonson, s. 398,399).

Fiyatın belirlenmesine ilişkin incelemeler, asal müşterilerin fiyat dışı değişikliklere karşı daha duyarlı oldukları, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ise en çok fiyata önem verdiklerini göstermektedir. Diğer taraftan, banka hizmetlerinden büyük ölçüde yararlanan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerle banka arasındaki ilişkiler yoğunlaştıkça, bu işletmeler açısından da fiyatın önemi azalmaktadır (Berk, 1987, s. 45).

ii. Verimli Projeleri Olan Müşteriler;

Fiyatlandırmada esas alınan bir başka metod da, müşterilerin kredi ya da karşılaştırmalı olarak bankaların verdikleri hizmet değerini esas alarak kredi ilişkisine girmesi durumudur. Bunun dayanağı, müşteri ancak kendisine sunulan kredinin marjinal maliyetinin marjinal getirisinin altında kalması halinde söz konusu hizmeti almaya istekli olmasıdır.

Teorik olarak bir önceki tür müşteriler hiçbir piyasa fiyatı üzerinde ödeme yapmak istemeyecek, aksine piyasa fiyatı altında kalan fiyatlamalar tercih edecektir. Çünkü bunların kaynak yaratmada bankalar dışında birçok seçenekleri vardır. Dolayısıyla bu bölümde adı geçen müşteriler, bankalar dışında kendisine kaynak yaratılması imkansız olan işletmelerdir (Berk, 1987, s. 45).

iii. İlişkileri Yoğun Olan Müşteriler;

Müşterinin bankacılık hizmetlerinden sıklıkla yararlanması, düzenli kredi talebinin bulunması ve gelecekte de banka ile uyum içinde çalışmaya dair beklentisinin bulunması banka ve müşteri arasında yoğun bir bankacılık ilişkisinin bulunduğunu gösterir.

Bu tür müşterilere yönelik kredilerde uygulanan fiyatın belirlenmesinde sadece kredi işlemi esas alınmaz. Fiyatın oluşumunda müşterinin banka ile olan diğer işlemleri ve toplam bankacılık hizmetleri göz önünde bulundurulmaktadır. Zira müşterinin daha önce banka ile yapmış olduğu işlemler, bulundurduğu mevduat ve ileride banka ile yapacağı işlemler, dolayısıyla bankaya kazandıracığı gelir kredi maliyetini etkilemektedir.

Banka hizmetlerinden büyük ölçüde yararlanan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerle banka arasındaki ilişkiler yoğunlaştıkça bu işletmeler açısından da seçkin müşteriler olarak adlandırılan işletmelerde olduğu gibi fiyatın önemi azalmaktadır.

Türkiye’de bankalar potansiyel müşterilerini genellikle üç risk grubu içerisinde değerlendirmektedir. Bu gruplar, “blue chip” firmalar, riskli fakat kredi açılabilir firmalar ve kredi açılmayacak firmalar olarak adlandırılabilir. Üçüncü grubun varlığı, Türkiye’de bankaların belli durumlarda kredi oranlaması yaptıklarına, yani bazı firmalara hiç kredi vermediklerine işarettir. Blue chip firmaların en ayırt edici özellikleri, mali itibar ve konjoktürdeki hareketlerden fazla etkilenmeyen nakit akışına sahip olmaları olarak belirtilebilir. Buradaki itibar kavramı mali açıdan sağlam olmayı da içerecek şekilde geniş olarak tanımlanmaktadır. İkinci ve üçüncü grup firmalar arasındaki en önemli farklılık, üçüncü gruptaki firmaları bankalar için riskli kılan etkenlerin ağırlıkla firmalara özgü hususlar olmasıdır. Bankaların üçüncü gruptaki firmalara kredi vermeme kararı makro-ekonomik koşullardan ya hiç etkilenmemekte, ya da çok az etkilenmektedir (Aras, 1996, s. 79)

2.2.2.3.2. Vade ve Geri Ödeme Koşulları

Kredilendirme sürecinde en önemli unsurlardan biri de kredilerin süresi ve geri ödeme koşullarıdır. İşletmeler genelde uzun süreli kredileri tercih etmektedir. Bunun nedeni kredi

süresinin uzatılmasının işletme üzerindeki olumsuz etkilerinde aranmalıdır (Berk, 1987, s.45). Özellikle borçlunun kredi değerliliğinin yeterli olmadığı ya da bankaların kredi verebilecekleri fonların çok sınırlı olduğu dönemlerde yeni kaynak sağlanması ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Kredi süresini uzatmak ya da başka bir kurumdan kredi alma olasılığı bulunsa dahi, bu durum diğer koşullar sabitken işletme gelirini azaltan ilave harcamalarla olanaklıdır. Diğer taraftan, işletmeler açısından uzun süreli kredi bağlantısının önemli sakıncası, gerçekte borçlunun hareket esnekliğini sınırlandırmasıdır. Başka bir ifade ile, kredi gereksinimi azaldığı zaman kredi bu ihtiyaçla orantılı olarak azaltılamamakta çoğu zaman aşırı likidite ortaya çıkabilmektedir. Kredi süresini uzatmak ya da başka bir kurumdan kredi alma olasılığı bulunsa dahi, bu durum diğer koşullar sabitken işletme gelirini azaltan ilave harcamalarla olanaklıdır. Diğer taraftan, işletmeler açısından uzun süreli kredi bağlantısının önemli sakıncası, gerçekte borçlunun hareket esnekliğini sınırlandırmasıdır. Başka bir ifade ile, kredi gereksinimi azaldığı zaman kredi bu ihtiyaçla orantılı olarak azaltılamamakta çoğu zaman aşırı likidite ortaya çıkabilmektedir. Aşırı likiditeyi alternatif yatırım alanlarına yöneltme zorunluluğu da karı azaltabilmektedir.

Kredi kurumları ise genellikle kısa süreli kredileri tercih etmektedir. Bunun bir nedeni, sürenin artmasına paralel olarak kredinin geri ödeme riskinin de artmasıdır. Bir diğer nedeni ise, müşterinin krediyi geri ödememesi durumunda gelecekteki faiz ve taksit ödemelerinin süresi arttıkça belirsizliğin artmasıdır. Bu açıdan kredi yöneticileri, kredilendirmede müşterilerin aşamayacakları sınırlar koyarak, bankayı güvence altına almak istemeleridir.

Genel olarak, bankaların sunmuş oldukları kısa vadeli krediler düşük faizli, uzun süreli krediler yüksek faizlidir. Buradaki mantık şöyledir; kısa süreli kredilerde vadenin sona erme tarihi yakındır, ya da tahmin edilebilir bir geleceği kapsamaktadır. Bu sebeple beklenmeyen risklerin ortaya çıkma olasılığı daha zayıftır. Uzun süreler için kredi verilmesinde ise uzak geleceği tahmin etmenin güçlüğü, yani belirsizliğin daha fazla olması kredi riskini, dolayısıyla fiyatı artırmaktadır.

Uygulanacak faiz oranının sabit mi, dalgalı mı olacağı da kredinin vadesine bağlı olarak değişmektedir. Genellikle, uzun süreli kredilerde dalgalı faiz oranı, kısa dönemli olanlarda sabit faizli oran uygulandığı görülmektedir. Uygulanan faiz oranı aynı zamanda kredi talebinin kuvvetine de bağlıdır.

Kredi fiyatlamasında kredi süresinin yanı sıra etkili diğer bir faktör olan kredinin geri ödeme koşulları, kredi borçlusu müşteri ile krediyi sunan bankanın belirli bir ödeme planı üzerinde anlaşmaları ile oluşmaktadır.

2.2.2.3.3. Fiyatlamada Etkili Olan Diğer Faktörler

Fiyatlamada etkili olan diğer faktörleri ise; teminat şartları, kredi limitleri ve kredi sözleşmesindeki kısıtlayıcı koşullar olarak sıralayabiliriz. Bu faktörler her kredi fiyatlamasının önemli değişkenleridir. Zira teminat, kredi limitleri ve kısıtlayıcı maddelerin koşulları ağırlaştığı zaman bankanın riski azalmakta ve kredinin müşteriye maliyeti artmaktadır. Uygulamada şartlar genellikle birbirini dengeleyecek şekilde ayarlanmaktadır. Sözü edilen bu faktörlerin şartlarının ağırlaştırılması halinde ele alınan ana faktörlerin şartları hafifletilmektedir. Bu faktörler özellikle para darlığının olduğu dönemlerde daha çok etkilidir. Daha fazla kredi kullanmak isteyen müşteri fazla teminat göstermek ve kısa vadeli, düşük kredi limitlerini kabullenmek zorunda kalmaktadır. Diğer taraftan fiyatlamada etkili olan bu faktörlerin çok kısıtlayıcı hale getirilmesi, dolayısıyla kredi maliyetinin yükselmesi müşterilerin krediyi kullanmaktan vazgeçmelerine neden olacaktır.

2.2.3. MÜŞTERİ DEĞERLENDİRİLMESİ

Müşterinin kredi talebiyle birlikte banka, kullandıracağı kredi ile ilgili hedeflerini belirlemek durumundadır. Öncelikle, bankanın beklentileri ile ileriye dönük düşünceleri ve kullandırılan kredinin bankanın karlılığında meydana getireceği gelişmeleri saptamak durumundadır.

Bankanın amacı, likidite ve düşük risk düzeyi altında yüksek karlar elde etmektir. Likidite, önemli bir kayıp olmadan varlıkları paraya dönüştürülebilme yeteneğidir. Varlıklar üzerinden sağlanan getiri ise, varlıkların beklenen kazançlarıdır. Bankalar, likidite, risk ve getiri arasında optimal dengeyi sağlamaya çalışmaktadır (Aras, 1996, s. 74).

Bankanın krediden beklentileri, firmaya kullandırılan kredinin bankaya kazandıracaklarıdır. Bunlar; faiz, komisyon, diğer gelirler, mevduat, döviz girdisi veya satışı, dolaylı yoldan müşteri portföyünün sağlanması gibi hususlardan oluşur ve beklentilerin ne kadar sürede gerçekleşebileceği de tahmini olarak saptanır.

Bundan da anlaşılmaktadır ki; bankalar her kredi tahsisinde kredinin maliyetlerini de göz önünde tutarak kar hesaplarını yapar ve bunun banka karlılığına katkısını göz önünde bulundurur. Zira beklentilerin elde edilmemesi o kredinin tasfiye edilmesi anlamına gelmekte ve bankaya herhangi bir kar sağlamayan kredi müşterileri ile ilişkinin kesilmesi gerekli görülmektedir (Toprak, 1998, s. 45).

Banka, müşterilerinin kredi değerliliğinin belirlenmesi yönünden, bazı temel unsurlara önem vermektedir. İhtiyaçları nedeniyle kredi talebinde bulunan gerçek veya tüzel kişi firmalarının, kredi değerlikleri konusunda bir karara varabilmek amacıyla yapılan işlemler bütünü "kredibilite incelemeleri" olarak tanımlamak mümkündür.

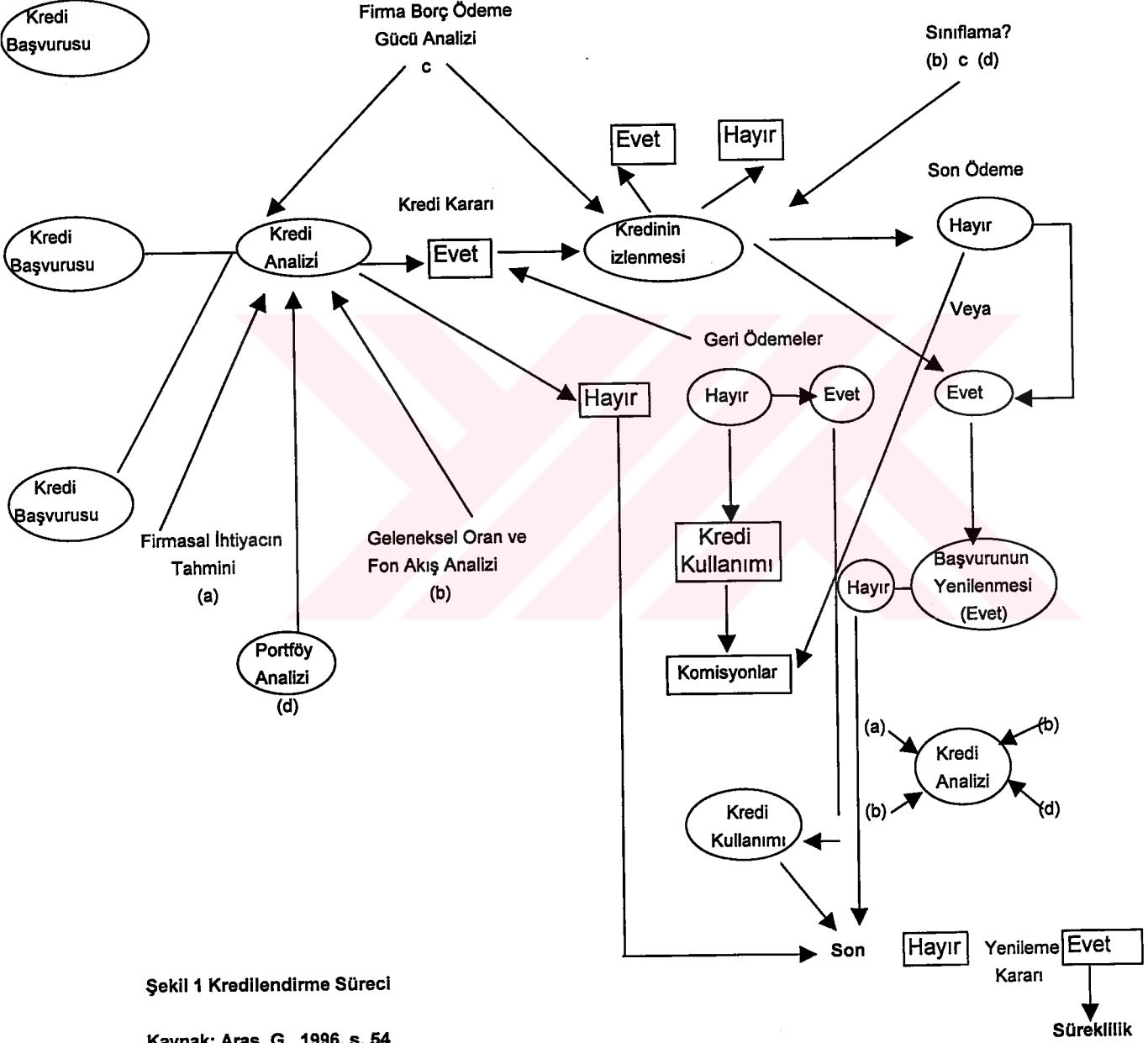
Gerekli bilgi ve belgelerin firmadan alınmasından sonra yapılan inceleme ve değerlendirme sonucunda, kredi süreci olumlu veya olumsuz olarak sonuçlandırılır.

Kredilendirme süreci,yalnızca firmanın geçmişi ile ilgili finansal tablolarının incelenmesinden ibaret değildir. Aynı zamanda firmanın , o andaki ve gelecekteki durumunu etki altına alacak tüm görüntüleri tahmin etme ve netleştirme sürecidir. Söz konusu süreç **Şekil-1**'de izlenebilir. Yapılan bu çalışma ile,belli bir süre ile firmaya verilecek kredi riskinin ölçülmesine gayret edilir (Usta 1991, s. 47).

Banka tarafından bireysel ve firma müşterileri için uygulanacak kredi prensipleri de değişebilmektedir. Zira, her iki müşteri grubu için kredi kararı farklılıklar ve önemli benzerlikler arz eder. Kredilendirme prensiplerinin oluşturulmasında sağlanacak kar ve katlanılan riskin göz önünde bulundurulması gerekir. Burada temel amaç, kredi zararını minimum kılmak değil, en iyi müşterileri bulup değerlendirmektir. Bu da risk ve karlılık arasında bir ilişkiyi ortaya koymaktadır. Kredilendirmede banka tarafından bu prensiplerin temel alınmasında amaç, etkin bir kredi değerlendirmesi ile en isabetli kararı verebilmektir (Aras, 1996, s. 49).

Kredinin, risksiz ve getirisi yüksek projelere verilmesi esastır. Ancak, ne kadar temkinli davranılırsa davranılsın yine de vadesine kadar her an riskle karşı karşıya kalma olasılığı vardır.

ŞEKİL - 1 :Kredilendirme Süresi



Şekil 1 Kredilendirme Süreci

Kaynak: Aras, G., 1996, s. 54

Kredi talebinin değerlendirmesi sırasında, risk derecesi göz önüne alınarak, teminat konusunda karar verilirken en azından aşağıdaki açıklamaların göz önünde bulundurulmasında fayda vardır.

- Firma ile kredi ilişkisinin geçmişi,
- Firmanın kendi faaliyet alanındaki geçmişi ve deneyimi,
- Yönetimin kalitesi ve sürekliliği,
- Gelecekteki finansal beklenti ve tahminleri,
- Cari nakit akışının ve firma karlılığının durumu,
- Talep edilen kredinin vadesi,
- Talep edilen kredinin amacı ve kullanım yeri,
- Firma kapasitesi ve ikincil geri ödeme kaynaklarının türü.(ikincil geri ödeme kaynakları;üçüncü kişilerin firma lehine vermiş oldukları garantiler ve teminatlar olarak düşünülebilir.) (Usta, 1991, s. 55).

Gerek bireysel müşteriler, gerekse kurumsal müşteriler için bu alanda temel prensiplere özenle uyulmaktadır. Söz konusu kurallar İngilizce literatürde 5C kuralı olarak bilinmektedir. Bu kurallar bütünü mali analiz bölümünde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

2.2.3.1. Kredi Limitlerinin Değerlendirilmesi

Modern işbölümünün yer aldığı bir ekonomide bankaların işletmelere kredi sunmasının işlevi sadece eldeki kaynakları işletmelere ya da özel kuruluşlara güvenceli bir şekilde dağıtmaktan ibaret sayılmaz. Bu işlemin aynı zamanda gerçekte fon gereksinimi olan projelerin önem sırasına göre kredilendirilmesini, diğer bir ifade ile ekonomide optimum kaynak dağılımını ve kullanımını belirleme açısından oldukça önemlidir.

Soruna işletmeler açısından bakıldığında; kredilerin hangi kaynaklarla geri ödeneceği önem kazanır. Bu kredinin verimli yatırımlarda kullanılması zorunluluğunu ortaya koyar. Ancak tüm işletmeler bu durumun bilincinde değildirler. Bu bakımdan firma, müşterilerinin değerlendirilmesinde, fonların firma hedeflerine uygunluğunu sağlamada; bilinçli bir planlama, yürütme koordinasyon ve denetim faaliyetine gereksinme duyulur. Ayrıca belirtilmesi gereken diğer önemli nokta da, kredilendirilen işletmelere sunulabilecek kredi tutarları işletmelerin özelliklerine ve bankanın olanaklarına göre değişebileceğidir.

Kredi taleplerinin değerlendirilmesinde temel hareket noktası, müşterilerle pürüzsüz bir iş akışının sürdürülmesinde gerekli olan kredi gereksinmesidir. Bu da işletmenin satışlarını gerçekleştirmek için satın alma, üretim ve satış sürecinde gereksinme duyulan fon tutarlarının belirlenir. İşletme hedef ve planları hakkında bilgi sahibi olan banka uzmanları ve işletme yetkilileri bu tutarı birlikte kararlaştırabilirler. İşletmenin karar süreci sonunda elde edeceği güvenceli fon girişlerini aşan kredi taleplerinin karşılanmasının amaçsız olduğu bilinmelidir. Aşırı talep durumlarında banka kaynaklarının alternatif kullanım alanlarını göz ardı edemeyeceği gibi, firma talebi mutlaka karşılanması isteniyorsa en azından yeterli güvencelere dayandırılmalıdır.

Müşteri bilançosunun ayrıntılı analizinde kısa süreli varlıklarla (dönen) kısa süreli borçlar arasındaki ilişki de gözetilmelidir. Kısa sürede işletmenin borçlarını ancak dönen varlıklarla ödeyebileceği, orta ve uzun vadede ödeme gücünü ise işletmenin karlılığının belirlediği pratik bir kuraldır. İşletme karlılığını belirleyen en önemli faktörler de şöyle sıralanabilir;

- işletmenin teknik üretim gücü,
- satın alma ve satış pazarlarındaki durumu,
- finansman yapısı ve finansman olanakları,
- ulusal ve uluslar arası pazarlarda iş koluna özgü ve genel ekonomik durum,
- işletme organizasyonunun yapısı ve yönetimin kalitesi,
- işletmenin şekli, belirlenen sorumluluk ilişkileri ve öz sermayenin düzeyi,
- müşterilerle kişisel ilişkiler kurmada yöneticilerin yetenekleri,
- müşteri-firmaların büyüklüğü ve yaşı,
- rekabet davranışları ve firmanın ilgili iş kolundaki imajı.

Daha önce iş ilişkileri olan bir firmanın kredilendirilmesinde yukarıda sözü edilen faktörlerin dışında firmanın ödeme davranışlarına ilişkin şimdiye kadarki deneyimlerden de yararlanılır. Banka ile bağlantısı bulunmayan ve iş ilişkisi kurulmak istenen firmaların seçiminde bu firmaların diğer banka ve firmalarla olan ilişkilerinden de yararlanılabilmektedir.

Kredi limitlerinin belirlenmesinde işletme içi belirleyici faktörlerin en önemlisi finansman olanaklarıdır. Sunulmak istenen kredi sadece firma satışlarını özendirmeyi amaçlamayıp finansman gerçeğinin dikkate alınması gerekmektedir. Müşterilerden alacakları satıcılara olan borçlarından daha büyükse bu farkı finanse edecek öteki kaynakların belirlenmesi gerekir.

Alacaklar ve borçlar tutar olarak eşit olsa da, sürelerin farklı olmasından kaynaklanan finansman gereksinmelerinin ortaya çıkacağı düşünülmelidir. Gerekli fonların sadece kapsamı ve kaynakları yeterli olmayıp, maliyetleri de hesaba katmak gerekir.

Firmanın satış koşulları finansman gereksinmesini belirleyen önemli bir faktördür. Satış koşullarının uygun olmaması, çoğu kez yeni finansal kaynak derleme nedenidir. Öte yandan riskin sınırlandırılması ve dağıtımı da bir diğer belirleyici etkidir. Bu da firmanın müşteri yapısınca belirlenmektedir. Satışların büyük ölçüde yöneldiği müşterilerin ödeme güçlükleri işletmeler için likidite sorununa yol açmaktadır. Satış koşullarına göre firma kapasitesinin ayarlanması ve firma açısından optimum kapasite kullanımı da kredi kararlarını belirleyen faktör olarak görülmektedir.

Müşteriye özgü diğer koşullar arasında işletmenin hukuki şekli ya da öz sermayenin sorumluluk ilişkileri ile vadelerin paralellliği de yer almaktadır. Vadelerin paralellliği de; dönen varlıkların kısa süreli borçlara uyumu (vade, kapsam ve ödeme gücü açısından) kullanılmamış banka kredileri ve işletmenin likiditesinin yeterliliği de yer almaktadır. Bankaya özgü belirleyici koşulların başında;

- finansman olanakları ve kredi kaynakları (mevduat durumu, faiz düzeyi, süre ve koşulları)
- riskin sınırlandırılması ve dağıtılması olanakları (müşteri yapısı)
- kredi fiyatı ve koşullarını etkileyen kaynak maliyeti,
- mevduatı krediye dönüştürme çabaları,
- müşterilerin kredi talebindeki değişimler.

olarak özetlenebilen faktörler gelmektedir (Berk, 1987, s. 80).

2.2.3.2. Mali Analiz

Banka, müşterilerinin kredi değerliliğinin belirlenmesi yönünden, bazı temel unsurlara önem vermektedir. Kredilendirme prensipleri olarak adlandırılan bu unsurlar, bankanın kredi kararında etken olan faktörlerden oluşmaktadır.

Kredilendirme prensiplerinin oluşturulmasında sağlanacak kar ve katlanılan riskin göz önünde bulundurulması gerekir. Risk, kredilendirme sürecinin en başından itibaren vardır. Ancak kredinin vadesine kadar, risk derecesinde çeşitli değişiklikler olabilmektedir. Buradaki temel amaç, kredi zararını minimum kılmak değil, en iyi müşterileri seçip değerlendirmektir.

Bu da risk ve karlılık arasında bir ilişkiyi ortaya koymaktadır. Kredilendirmede banka tarafından bu prensiplerin temel alınmasında amaç, etkin bir kredi değerlemesi ile en isabetli kararı verebilmektir.

Kredi tahsis kararında etkili olan en önemli beş ilkenin (5C kuralı) aşağıdaki gibi sıralanması mümkündür. Bunlar ;

1. Karakter (Character),
2. Kapasite (Capacity),
3. Sermaye (Capital),
4. Çevre koşulları (Conditions),
5. Teminat (Collateral) (Usta, 1991, s. 51).

Bunun yanında bazı kaynaklarda kredilendirme prensiplerinin sadece karakter, kapasite ve teminattan oluşan üç tanesi kullanılarak bunların dikkate alınması yeterli görülmektedir. Ayrıca bu prensipler "CAMPARI"; -Character, Ability, Margin, Purpose, Amount, Repayment, Insurance- olarak kısaltılmış yedi unsuru içeren formülle de ifade edilebilmektedir. (C; karakter, A; ödeme yeteneği, M; kredinin kar marjı, P; kredi talebinin amacı, A; kredi tutarı, R; geri ödeme planı ve bunun gerçekliği, I; kredinin güvencesini ifade etmektedir.

i. Karakter:

Firmanın karakteri, alınan ya da alınacak borcun geri ödenmesindeki kararlılığı ve istekliliğidir. Firmanın karakteri değerlendirilirken genelde tamamen subjektif kriterlere dayanılır ve bu nedenle de kesin sonuçlara ulaşmakta zorlanabilir. Zira bankayı yanlış yönlendirmeyi amaçlayan bir müşterinin, kredinin riskini analiz etmekle yükümlü banka görevlisini yanlış bilgilendirme sonucu yanıltması ve böylece krediyi alabilmesi mümkündür.

Belirli koşullar altında iyi bir karaktere sahip olan kişinin ,koşullar değiştiğinde karakterinin de bundan olumsuz etkilenmesi her zaman mümkündür. Karakter iyiliği ; dürüstlük, tutarlılık ve güvenilirlikle değerlendirilir (Usta 1991, s. 52).

Bazı durumlarda kredinin geri ödenmemesinde karşılaşılan güçlükler Müşterinin karakterinden değil, onun yönetsel nitelikleri, çalışma prensipleri ya da kapasite

yetersizliğinden kaynaklanabilir. Bu nedenle, kredi riskini analiz eden banka görevlisinin bu konuları da irdelemek için rutin işleri dışında zaman ayırması gerekecektir. Bütün bunların ötesinde, kredi analistinın müşterinin talep ettiği krediyi kullanacağı projenin gerçek değerini hesaplaması gerekir.

Banka dürüst olmayan, hileli müşterilere karşı kredi müşterisini ayrıntılı bir biçimde analiz etmelidir. Müşteri daha önce aldığı borçları zamanında ödemişse, bu borcunu da zamanında ödeme olasılığı yüksektir. Bütün bu veriler bölgesel alanda sağlanan bilgilerden, daha önceki kredi ilişkilerinden ve kredi isteyen rakiplerinden ve müşterilerinden sağlanabilir. Karakter hakkında edinilen fikir olumlu ise diğer unsurlara bakılır (Aras, 1996, s. 51).

ii. Kapasite:

Alınan bir borç veya üstlenilen bir yükümlülük, firmanın faaliyetleri sonucunda yarattığı değer veya elde ettiği kaynak ile ödenir. Bu kural, kredi borcu için de aynen geçerlidir. Kredi olayı açısından ise kapasite; firma yönetiminin, belli bir süre içindeki tüm yükümlülüklerini karşılayabilecek kadar nakit yaratabilme yeteneği ve gücüdür.

Kapasite krediyi geri ödeme yeteneği, moralite ise geri ödeme istekliliğidir. Sadece isteğin olması, kredinin geri ödenmesi veya yükümlülüğün yerine getirilmesi için yeterli değildir. Aynı şekilde; kapasitesinin yetersiz olmasına karşın firmanın iyi bir moraliteye sahip olması, sıkıntılı durumlarında rahat bir şekilde ödeme yapmasına katkıda bulunamayacaktır (Usta, 1991, s. 52). Bu nedenle kapasite analizinin önemi küçümsenemez.

Kredi süresine göre kapasitenin önemi değişmektedir. Özellikle uzun dönemler için, müşterinin anapara ve faizi ödeyebilme potansiyeli önemlidir. Fonlar bu durumda sabit varlıklara yatırılarak, yatırımlar sonucunda elde edilen gelirlerle kredi borcu ödenecektir. Kısa süreli kredilerde ise, temel ağırlık noktasını, likidite yoğunluğu oluşturmaktadır. Bu durumda kapasite analizinin temel amacı, nakit yaratma potansiyelidir.

Kapasite analizinde mali analiz yanı sıra diğer bazı faktörler de rol oynamaktadır. Bunlardan ilki, yönetimin kalitesidir. Değerlendirmede iş alanındaki deneyim ve iş hakimiyet derecesi önemli faktörlerdir. Kapasitenin değerlendirilmesinde kuşkusuz, işletmenin yer aldığı iş kolu ve ilgili olduğu toplumsal çevre koşulları da önemli rol oynamaktadır (Aras, 1996, s. 52).

iii. Sermaye :

Kapital, bir işi başlatmak ve çalışır halde tutmak için gerekli fonlar toplamıdır. Yani ilk ateşlemeyi yapan ve çalışmaya süreklilik kazandıran fonlardır. Bir başka deyişle öz sermaye, firmaya verilen kredilerin geri ödenmesinde ve zararların ortadan kaldırılmasında bir tampon görevini üstlenir.

Burada önemli iki konu vardır. Bunlar;

- Ortaklar tarafından işletmeye sermaye olarak yatırılan fonların yeterliliği ve
- Bu fonların ne denli etkin olarak kullanıldığıdır.

Banka, kredi müşterisinin analizini yaparken firmanın borcunun öz sermayeye oranını da kredilendirme sırasında göz önüne alır (Usta, 1991, s. 52) .

iv. Çevre koşulları;

Firmalar da, çevre koşullarını göz önünde bulundurarak yaşamak zorundadırlar. Kredilendirme sürecinde, çevre koşullarının etkisi çok önemli olup, özellikle ülke ekonomisinin içinde olduğu durum ve firmanın faaliyet gösterdiği iş kolundaki (sektördeki) olumlu ya da olumsuz gelişmeler kredilendirme sürecinde etkili olan dış etkenlerdir.

Örneğin, 1980 sonrasında ülkemizde başlayan konut edindirme seferberliğinden en fazla yarar sağlayan inşaat sektörü ve bu sektörün yan dalları yani, inşaat malzemesi üreten firmalar olmuştur.

Ekonomik koşullardaki değişiklikler bazı sektörlerin riskli hale dönüşmesine neden olabilmektedir. Bu da , sektörün kredi desteğinden kısmen yoksun kalması demektir. Koşullar iyileştikçe, durum eski haline dönecektir.

Her şeye rağmen riskli sektörün kredilendirilmesi düşünülmekte ise, risksiz sektörlerdeki firmalara uygulanan koşullardan daha ağır ve değişik koşulların gündeme getirilmesi gerekir. Çünkü, risk arttıkça fiyat artacak daha güçlü ve çabuk nakde dönüşebilecek teminatların alınması yoluna gidilecektir. Burada "Sektörel Risk" kavramı üzerinde durmakta yarar vardır.

Firmaların faaliyet gösterdikleri sektörler, gerek arz gerekse talep yönünden çeşitli özellikler taşımaktadır. Arz ve talebin nelere bağlı olarak değiştiği ise, o sektörün riskini belirleyen en önemli faktördür.

Örneğin; faaliyet gösterilen sektördeki mevcut kapasite, iç piyasadaki talebin üzerinde ise üretilen malın bir bölümü stok olarak kalmak durumundadır. Sektördeki arz fazlalığı, firmaları dış pazar arayışına zorlayacaktır. Keza, hammadde teminindeki dışa bağımlılık, ikame mallar, rakip firmaların durumu ve pazar payları , mevsimlik dalgalanmalar, salgın hastalık, olumsuz iklim koşulları ve benzeri koşullar da faaliyet gösterilen sektörün özelliklerine göre birer risk faktörü olarak zaman zaman karşımıza çıkmaktadır (Usta, 1991, s.53).

v. Teminatlar

Kredilendirmede analiz tekniklerinin en önemli ilkelerinden birisi de teminattır.

Önemi, yukarıda sıralanan karakter, kapasite, kapital, çevre koşulları gibi unsurların zayıflıklarını gideren bir niteliğe sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

Teminat, kredinin geri ödenmesinde bir ödeme aracı olarak düşünülmemelidir. Teminatın sağlığına bakarak kredi tahsis etmek büyük yanlışlara neden olacaktır. Teminatın alınmasındaki esas neden, işletmenin normal faaliyeti sonucunda yeterli kaynak yaratamaması ve vadesi gelen borcunu ödemekte güçlük çekmesi durumlarında, bankanın kendisini güvence altına almasıdır. Verilecek kredinin karşılığının var olduğunun bilinmesi, o firmayla ilgili kredi talebinin değerlendirilmesinde daha rahat hareket edilmesine neden olacaktır.

Kredinin karşılığı, kullanılacağı yer olan kredi projesinde ve firmanın moralitesi kapasitesi, öz kaynakları ve çevre koşullarında görülse dahi, teminat ilkesinin önemi hiçbir zaman göz ardı edilemez. Bu durumda, kredide risk ;

- Vadesi ile doğru orantılıdır; vade ne kadar uzun olursa risk o oranda yüksek olacaktır
- Getirisi ile doğru orantılıdır; kredinin riski ne kadar fazla ise getirisi de o oranda yüksek olacaktır.
- Alınan teminatın yetersizliği ile doğru orantılıdır;Alınan teminat ne kadar yetersizse risk o oranda yüksek olacaktır (Usta, 1991, s. 54).

Teminatlarda bir çeşitlendirme söz konusu olduğu gibi, teminatların seçimine, derece ve sıraya da özen gösterilmelidir. Teminatın firmaya bağlı riskini ortadan kaldırmak için de firma faaliyetleri ile ilgili olmayan varlıkların da teminat kapsamına alınması avantaj sağlar.

2.2.3.3. Teknik Analiz

Teknik analiz ile amaçlanan, bir üretim sürecinde üretim araçlarının amaca uygun ve maliyet açısından hesaplı bir biçimde kullanılmasını belirlemektir. Uygulamada rekabet yeteneği bakımından firmaların yeni teknolojilerden yararlanmasının önemi bilinmektedir. Teknik açıdan, optimal yapıdaki sanayi, ticaret ve hizmet işletmeleri kural olarak maliyet ve fiyatlarda daha büyük başarı şansına sahiptir. Sadece büyük işletmeleri değil, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler de modern tekniğin rekabet yeteneğini güvenceye aldığına inanmaktadırlar.

Geçmiş yıllara göre günümüzde personel maliyetlerinin yerini teknik maliyetler almıştır. Bunun nedeni, son yıllardaki rasyonalizasyon önlemleri ile personel yerine yoğun olarak bilgisayar ve makinelerin kullanılmasıdır. İşletme yönetimi, personel maliyetleri ile teknik maliyetlerin önemli bir bölümünün oluşturduğu maddi maliyetler arasında iyi bir denge kurmalıdır. Özellikle çeşitli dışsal etkenlerin yol açtığı ücret, vergi ve ticaret politikası değişmelerinin olumsuz etkileri, ancak teknik alandaki yeniliklerle giderilebilir. Geleceğin teknolojisine yönelmiş bir işletme, üretim gücü ile varlığını koruyacak ve geliştirecek bir karlılığa ulaşır. Bu bakımdan bankalar, işletmenin “teknik açıdan krediye yaraşırlığını” değerlendirecek bir araca gereksinme duyarlar. Teknik açıdan kredi değerliliği değiştiğinde akılcı düşünce gereği işletmenin bütün olarak rekabet yeteneği ve böylece krediye yaraşırlığı da değişir. Bu durum hizmet işletmeleri için de geçerlidir. Hizmet işletmeleri de, sanayi işletmelerindeki kadar belirgin olmamakla beraber, teknik desteğe gerek duyarlar.

Bir işletmenin teknik açıdan kredi değerliliği ile ilgilenme çabaları kredi kurumları açısından giderek önem kazanmaktadır. Ne var ki teknik açıdan krediye yaraşırlığın nasıl değerlendirilmesi gerektiği konusunda henüz başarı sağlanamamıştır. Zira bankalarda müşterinin krediye yaraşırlığını belirleyen uzmanların, gerekli teknik bilgilerle donatılmamış olmaları teknik değerlendirmeyi güçleştirmektedir. Soruna pratik bir çözüm olarak kredi analistlerinin belirli iş kollarında uzmanlaşmaları biçimindeki çabalar iş kollarının çokluğu ve homojen olmaması, personel yetersizliği gibi nedenlerle yaygınlaşmamıştır. Bununla birlikte

kredi değeri incelemeinin yaygınlaştırılması kredi kararlarının sağlam bir temele dayandırılması konusunda oldukça önemli bilgiler sunmaktadır.

Teknik ve günümüz uygulaması yalnızca üretim faaliyeti ile sınırlandırılmaz. Üretimin yanı sıra dağıtım ve yönetimin her alanında da tekniğin kullanımı söz konusu olmaktadır. Bu bakımdan üretimdeki teknik inceleme; makinelerin sayısı ve yaşları hakkında basit bilgi almaktan ibarettir. Değerlendirme için gerekli bilgilere sahip olabilme de; çeşitli işletme alanlarını ve işlevlerini tanımak. Üretim stoklama ve satış sorunlarını açıkça ortaya koymayı gerektirir.

Teknik açıdan incelemeler, öncelikle bir işletmede bütün alanlardaki teknik donatımın stoklama, üretim, satış, yönetim, üretim kapasitesi, sistematığı, esnekliği ve pazara yönelik olmasını ifade ederken, öte yandan iş akışının rasyonalizasyonu da anlaşılmaktadır. Burada üretim ve maliyetlerin ölçülü olması, diğer alanlardaki işletme başarısını arttırmaktadır. Sanayideki yüksek maliyetler, işgücü, enerji ve malzeme kullanımındaki iktisadilik ile dengelenebilir. Üretim ve maliyet gerekleri açısından elektroniğin kullanılmasına önemli ölçüde dikkat edilmesi gerekir. Zira tüm işletmelerin bilgisayarla donatılmasında maliyetler aynı oranda artış ya da azalış göstermez. Ayrıca bir işletmenin tüm bölümlerinin bilgisayarla donatılması yerine bazı bölümler için seçimsel bir uygulama daha gerekli görülebilir. "Bilgisayar desteğindeki dizayn ve üretim (Computer Aided Design/ Manufacturing)-dizayn çizim", düzenleme, iş planlarında farklı düzeyde etkili olabilmektedir (Berk, 1987, s. 71).

2.2.3.4. Pazarlama Açısından Analiz

İşletmelerde uygulanan yeni teknolojiler ile yeni ürün geliştirilmesi ve bu ürünlerin pazara sunumu büyük tutarlarda finansal fonlar gerektirmektedir. Bu fonların düzeyi ve özellikleri, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin göstereceği güvencelerin Pazar değerini aşmaktadır. Hareketli ve karmaşıklığı giderek artan pazarlar ayrıca işletmelerin sunacağı güvencelerin pazar belirsizliğine karşı yeterli olmaması gibi nedenlerden bankalar, işletme yönetimlerinin gelecekte karlarını hangi yollardan sağlayacağını ayrıntılı olarak açıklamalarını isterler. Bu açıdan pazarlama; bankaların kredi kararları için gerekli olan verilerin sağlanması ve kredi veren bankaya pazarlama kapasitesinin yeterliliğini kanıtlama işlevini de görmektedir. Bu işlem uygulamada, pazarlama bilançosunun çıkarılması şeklinde yürütülmektedir.

İşletme faaliyetlerinin başarısını büyük ölçüde fiyat belirlemektedir. Bu yüzden kredibilite incelemeleri çerçevesinde, yeni sunulacak ürünlerle Pazar fırsatlarından yararlanabilecek nitel ve nicel unsurlar dikkate alınmaktadır. O halde işletmelerce geçmişte elde edilen karlar kredi değerliliği açısından bu firmaların gelecekteki başarılarını değerlendirmede tek ölçü olarak alınmamalıdır.

Kredibilite analizleri ve değerlendirmelerinde çalışmanın önemli bir bölümünü kuşkusuz geçmişteki veriler üzerinde yoğun incelemeyi gerektirmekte, diğer bir ifade ile işletmenin geçmişteki verileri şimdi de en çok güvenilir olanıdır. Ancak geçmişteki verileri şimdi de en çok güvenilir olanıdır. Ancak geçmişteki verilere dayanan kredi değerliliği incelemeleri, ekonomik sürece geçmişteki güçleri katmayacaktır. Zira böyle bir inceleme sonucu fonlar varlıkların mevcut olduğu alanlara yönelecektir. Başarılı bir işletme varlıklarına başarısız yöneticilerin yön vermeleri pazarda istenmeyen sonuca yol açmaktadır. Değerlendirme kriterleri olarak pazarlamanın ve tekniğin giderek önem kazanması, fonların geleceğin teknolojileri yönünde daha yoğun biçimde kullanılabilmesi bir ekonomik sonuca neden olmaktadır.

Yeni ürün ve teknolojiler kadar yeni işletmelerde önem verilmesi gereken bir konudur. Özellikle mevcut varlıklarını geleceğin teknolojileri yönünde rahatlıkla kullanabilen ancak rasyonalizasyon önlemlerinin uygulanması için mali gücü zayıf olan orta büyüklükteki işletmelerin finansal kaynak gereksinimleri de giderek artmaktadır.

Bankalar, kredibilite incelemelerini giderek işletmelerin gelecekteki verimliliğini değerlendirebilecek biçimde yoğunlaştırmak durumundadır. Bu nedenle son zamanlarda bankalar yeni yatırım projelerinin finansmanına katılmaktan memnundurlar. Finansal fonların sanayileşmenin yoğun olduğu iş kollarında birikmesi özellikle küçük işletmelerin yer aldığı diğer alanları olumsuz etkilemektedir. Bankalar bu nedenle çeşitli iş kollarının büyüme olanaklarını göz önünde bulundurarak başarılı bir gelecek vadeden iş kollarında faaliyet gösteren küçük işletmeleri desteklemelidirler.

Son yıllarda firmaların kredibilite incelemelerinde pazarlama bilançolarının yoğun bir biçimde değerlendirilmeye alındığı görülmektedir. Böyle bir bilanço üç temel alandan oluşmaktadır: Pazar durumu, pazarlama stratejisi ve yönetim. Bu değerleri ayrıntılı olarak açıklayan kriterler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Tablo 2.1. Kredi Değerliliği Ölçütleri

| Kişisel Kredi Değerliliği Ölçütleri | Maddi Kredi Değerliliği Ölçütleri |
|---|---|
| Yetenekler: | Finansal durumun değerlendirilmesi |
| Mesleki gelişim | şimdiye kadarki iş deneyimleri |
| İş kolunu tanıma (sermaye kullanımı) | (Öz sermaye, sermaye gereksinmesi, |
| Eğitim ve mesleki gelişme | Sermaye ihtiyacı (finansman kaynakları) Öz sermaye kullanımı |
| Bağımsızlık güdüsü: | Güvenceler |
| - Kişisel özellikler | Pazar Şansı (rekabet) |
| - Genel kişisel ve ekonomik ilişkiler | Kuruluş yeri |
| (Şimdiye kadarki ödeme alışkanlıkları rekabet yasağı, mevcut borçlar | Bağımsızlığa geçiş(devamlı müşteriler, |
| Ve borçları ve diğer gelirleri | Planlanan Hukuki şekil Personel ilişkileri |
| | Yapılan danışmanlık |

Bankaların müşteri verimliliğine ilişkin sınırlı araştırmalarından başarısız – verimliliği düşük, riski yüksek firmalar – firmaların önemli pazarlama problemleri bulunduğu anlaşılmaktadır. Yani ürün ve yöntem geliştiremeyen, belli işlere zamanında giremeyen işletmelerin pazar paylarındaki gerileme, özellikle ekonominin yapısal değişme döneminde dikkati çekmektedir. Zira, yenilikçi, öncü işletmeler ilginç mal ve hizmetleri ile sağlam, verimli müşterileri çekebilme olanağını elde ederken, yenilikçi olmayan firmaların sundukları mal ve hizmetler daha çok ödeme gücü düşük olan müşterilerce talep edilmektedir. Söz konusu riskin yanı sıra karlılığın düşük olması, öz sermaye yapısının zayıflamasına ve dış kaynak gereksinmesinin artmasına neden olmaktadır. Tüketicilere önem veren firmalar pazar verilerin temel alarak, iş kolundaki rakiplerin şimdiki ve gelecekteki olası davranışlarına da önem vermektedirler. Böylece pazarlama bilançosunun başarısını, etkin bir pazarlama stratejisi ve dağıtım kanalının oluşturulması ile modern yönetim tekniklerinin kullanılması belirlemektedir (Berk 1987, s.72,73).

2.2.3.5. Yeni Firmalarda Kredibilite Ölçütleri

İlk kez kredi ilişkisinde bulunulan, yakın tarihte kurulmuş firmalarda, kredi isteminde bulunanın mesleki özel yetenekleri temel araştırma konusunu oluşturmaktadır. Zira başarısız işletmelerin ödeme güçlüğüne düşme nedenlerinin başında yetersiz mesleki niteliklerin geldiği bilinmektedir.

Bu karmaşık durumun değerlendirilmesinde sözgelimi; meslek ile ilgili iş kolu bilgisi, şimdiye kadar ki yönetim ya da işveren deneyimi, işe ilişkin özel deneyim ve eğitim durumu gibi göstergelerden yararlanılabilmektedir. İş kolu ile ilgili gerekli eğitimden geçmiş, uzun süreli bir uygulamadan sonra bağımsız işletme kuran yöneticilerin başarısızlık oranının düşük olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte, yukarıdaki özelliklere sahip bir işletme sahibi ya da yöneticisinin başarılarının yeni kurulan bir firmada devam edeceğine karar vermek kolay olmayabilir. Zira yeni kurulan işletmelerin pazara giriş aşamasında faaliyet gösterdikleri koşulların göz önünde bulundurulmalıdır.

Büyük işletmeler giderek rasyonelizasyona önem vererek işlerin belirli bölümünü öteki bağımsız işletmelere yaptırmaktadırlar. Bu alanda belirli fonksiyonları yerine getirecek esneklik koşullarından yararlanarak varlığını güvenceye alabilir.

Kuruluş aşamasında potansiyel Pazar olanaklarından yararlanmanın bir koşulu da kuruluş yerinin uygunluğudur. Kuruluş yeri seçiminde isabetli davranan firmalar kısa sürede büyüme ve gelişme fırsatını elde ederler (Berk, 1987, 76).

2.2.3.6. Analiz Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Bilindiği gibi, bir olayın gerçekleşme olasılığı risk olarak tanımlanmaktadır. Bir kredi portföyünün performansının ölçülmesinde risk ve getiri baz alınmaktadır. Bu tür bir portföyde getiriye ilişkin sadece bir olasılık söz konusudur. Getiriden sapmalar ise riski oluşturmaktadır. Öte yandan getiri sabittir. Diğer bir ifade ile banka kredilere uyguladığı faiz oranına göre ne kadar getiri sağlayacağını bilir ve normal koşullarda bunun üzerinde bir getiri beklentisi yoktur. Getiri, kredilerin zamanında ve tam olarak tahsil edilmesine göre değişmekte ve bunun gerçekleşme olasılığı ise, risk olarak kabul edilmektedir.

Bankacılıkta kredi işleminin uzun vadeli bir süreç olması ve kolay ve hızlı değişimlere açık olmaması nedeniyle kredilerin analiz edilmesi de büyük önem taşımaktadır. Zira portföydeki bir kredi istenildiği an çıkartılamaz ya da tutarı arttırılıp azaltılamaz. Kredinin verilmesiyle banka ile kredi müşterisi arasındaki ilişki kesilmemekte, aksine sürekli bir ilişki ve kredi borçlusundan bankaya tek taraflı bir bilgi akışı ve bankanın sürekli denetimi başlamaktadır. Bu tür ilişki içinde bulunarak ve sürekli bilgi edinerek banka, kredinin riskini kontrol altında tutmayı amaçlamaktadır. Riskin bankanın kabul edebileceği seviyenin üzerinde bulunmasına ve gözetim mekanizması sayesinde izin verilmeyecektir. Ancak belirtildiği gibi banka da portföy içerisinde belirli oranda kredinin sorunlu olmasını, hatta geri dönmemesini göze almıştır. Bu tür değerlendirmeler ve analizler bankanın kredi portföyünden beklediği zararı ve gerçekleşen durumu karşılaştırmasına olanak verecektir. (bu konuya kredilendirme sonrası müşteri ilişkileri bölümünde ayrıntılı olarak yer verilecektir.)

Kredi portföyünün diğer bir temel değişkeni kredinin getirisidir. Getiri, risk kadar sık olmamakla birlikte belli dönemlerde ölçülmesine ihtiyaç duyulan bir değişkendir. Bir bankanın kredi portföyünün getirisi; basit bir anlatımla, belirli dönemlerde portföye yatırılan tutar ile bankaya geri dönen tutar arasındaki orandan ibarettir. Sözü geçen oran, portföyün tamamı için hesaplanabileceği gibi, kredi türlerine, sektörlere ve firmalara göre de hesaplanabilmektedir. Bankacı, kredilerin analizlerinden elde ettiği bu verileri kendi performansını değerlemek için geçmiş dönem verileriyle karşılaştırabileceği gibi, pazardaki rakip bankaların aynı dönem içindeki kredi portföyleriyle de karşılaştırabilir. Bu tür karşılaştırmalarda farklı değerlendirme ler yapmak olanaklıdır (Aras, 1996, s. 183).

2.2.3.7. Kredi Karar Süreci

Karar sürecini tanımlamada açıklayıcı modeller, karar verme durumlarını aynı durumdaki olaylara ve yapılara dayandırarak, işletme ekonomisindeki karar teorisi görüşlerini kredi verme sürecine uygulamaktadır.

Sorunun ortaya konuş aşaması (teklif aşaması) olarak kredi verme karar sürecinde ya kredi isteklileri tarafından kredi talebinin formüle edilmesi ya da işbirliği çerçevesinde finansman isteğinin ortaya çıkışı görülebilir. Çözüm bulunması aşaması ile farklı davranış alternatiflerini içeren asıl problem çözüm süreci başlamaktadır. Kredi türü, geri ödeme biçimi, faiz, güvence vb. koşullar göz ardı edilerek esas kredi verme bakımından sadece temel prensip alternatifleri olan “kredinin verilmesi ya da verilmemesi” sonuçları ortaya çıkar.

Karar aşamasında eldeki kredi değerlendirme verileri sorunun çözümü yönünde değerlendirilerek incelemelerde en güç noktayı oluşturan dar anlamda kredi değerlendirilmesi aşamasına gelinir. Bu aşamayı gerçekleştirme ya da yerine getirme faaliyetleri izlemektedir. Bu aşamada her şeyden önce kredi sözleşmesi düzenlenmekte ve imzalanmaktadır. Kredi kararının verilmesini kredi kullanımının gözetimi ya da denetimi izlemekte, böylece çözüm önlemlerine gecikmeden başvurulması sağlanmaktadır.

Kredi kararında çok sayıda faktörün etkili olması kredi analistinin temel önemli noktaları gözden kaçırmaması bakımından etkileyici faktörleri önem derecesine göre sıralayarak dikkate alması gerekebilir. Tüm etkileyici faktörleri göz önünde bulunduran analist, sorumluluk üstleneceği için kararı tek başına almak zorundadır. Bir yandan işletmenin kredi istemi ve bunu belirleyen koşullar, öte yandan da geleceğe ilişkin beklentileri, yargı gücü ve risk üstlenme sorumluluğu ışığında kredinin hangi sınırlar içinde karşılanması gerektiğini ilgili güvenceleri de göz önünde bulundurarak karar alması gerekir.

Analist yargısında; kuşkusuz bankanın finansman ve likidite gücünü, fonların alternatif kullanım alanları, belirli bir öz sermaye karlılığı ve müşterinin bankaya sağlayacağı diğer işleri de göz önünde bulundurur. Bölünebilir durumlarda karar, müşterinin kredi isteminin belirli bir oranının karşılanması ve kalan bölümün işletme faaliyetlerinin akışı izlenerek, sonradan riskin ortadan kalkması halinde yerine getirilmesi yönünde alınabilir.

Bankaların firmalarla ilişkilerinde söz konusu olan kredilerin önemli bir bölümü önceki görüşmelerde kararlaştırılan kredilerin devamı niteliğindedir. Kredi süresinin uzatılmasında değişik durumlarla karşılaşmaktadır. Bunun sonucu bir yandan kredi kararını etkileyen unsurlar önemle izlenirken, öte yandan müşterilere ilişkin bilgi ve verilerin artması ile kredi kararları basitleşmektedir. Kararları basitleştirici unsurlar;

- bankanın müşteriye bu arada iyi tanınması; bilgilerin güvenilirliğini ve bu bilgilerden ekonomik gelişme ve ilişkileri değerlendirme olanağının artması,
- banka ek değerlendirme olanaklarına sahiptir. Sözgelimi, müşteri hesabının yürütülmesi ve gerektiğinde Merkez Bankasının verilerinden yararlanma fırsatları doğmaktadır.

Karar özgürlüğü açısından da, kısa sürede kredilerin sürekliliğine karar verilmemelidir. Zira, kredi alan işletme krediyi geri ödemek için gerekli likiditeyi buldurmak zorundadır.

Özellikle ekonomik koşulların kötüleştiği durumlarda bu daha da önem kazanmaktadır. Bu nedenle kredi kararlarının çoğu maddi güvencelere dayandırılmaktadır. Bilanço analizleri ne denli özenle sürdürülse de kredi kararlarının yalnız bu analizlere dayandırılması olanaksızdır.

İlk kez kredi sunulmasında bankanın seçim olanağı yüksek bir riski hesaba katabilmesi ve daha önce firmaya herhangi bir finansal kaynak sunmadığı için bu isteği reddedebilmesidir.

Kredilerin uzatılması kararı daha yüzeysel bir kredi değerlendirme işlemidir. Bankanın süreyi uzatması, geri ödeme gününün daha sonraki bir tarihe ertelenmesidir. Bu işlem daha çok borçlu cari hesaplar şeklinde çalışan kredilerde görülmektedir. Burada biçimsel kısa süreli kredi işlemlerinden orta ve uzun süreli kredi işlemleri doğmaktadır. Uzatma süreleri arasında gerek banka gerekse işletme açısından önemli değişikliklerin bekleneceği çevre koşullarının değişmesi nedeniyle yeni görüşmelerin de önemi artmaktadır.

İşletmelerin yeterli bir öz sermaye ile donatılmamaları ve yeterli likit araçların bulunmaması durumunda kredi süresinin uzatılmamasına sıkça rastlanmaktadır. Müşterilerin bağlantısının sürdürülmesi amacıyla kural olarak bankalar, yeterli likiditeye sahipken bu tür istemleri karşılamaktan kaçınmaktadırlar. Ancak, bu arada kredilerin düzenli bir şekilde ödenmesinden kuşku duyulması ya da işletme politikası veya genel ekonomik koşullardan dolayı bankanın kredi hacmini sınırlaması veya kredi işlemini değiştirmesi durumlarda da bankanın, firmanın ödeme güçlüğü içinde olmadığından emin olması gerekir. Aksi takdirde kredinin tamamının ya da bir bölümünün geri dönmeyeceği de hesaba katılmalıdır.

Karar sürecinde amaç, sonuçların değerlendirilmesinde hangi ölçülerin geçerli olduğunu ve sonucun bulunmasında hangi değişkenlerin rol oynadığını gösterir. Karar modelleri gerçeğin sınırlı bir kesitini göstermekte ve gözlenen alanlar için optimal eylem alternatifinin bulunmasına yardım etmektedirler. İşte bankaların kredi kararlarında da karşılıklı bağımlılıklar ve sonraki işlemler ve ilişkilere oldukça önem verilmektedir (Berk, 1987, s. 81,82).

2.2.4. KREDİLENDİRME SONRASI MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ

Kredilerin denetimi, krediler bölümü içindeki bir birim tarafından yerine getirileceği gibi, bazı büyük bankaların oluşturduğu gibi ayrı bir bölüm tarafından da sürdürülebilmektedir. Bankanın kredi portföyünün boyutları ve çeşitliliği arttıkça karlılık ve güvence açısından

denetimin sürdürülmesi güçleşmekte, böylece kredi denetimi işlevinin bağımsız bir bölüm olma özelliği belirginleşmektedir. Bu işlemin krediler bölümünce yerine getirilmesi halinde krediler bölümü yöneticisinin, kredi denetiminin amaçları, denetimin konusu, denetimden kimlerin sorumlu olacağı ve hazırlanacak raporların niteliğini belirlemesi gerekir.

Bu amaçlara ulaşılması bakımından uygun bir kredi denetim programının yürütülmesi gerekir. Denetlenecek kredilerin belirlenmesi konusunda bankalar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bazı bankalar tüm kredilerin denetimini gerekli görmekte, buna karşılık problemleri daha sık denetlemektedirler.

Kredi denetimi ile ilgilenen personelin bağımsız karar verme yeteneği olmalı, ancak kredi kararını verene karşı rapor verme yükümlülüğü bulunmamalıdır. Denetçi, olabildiğince üst düzey yöneticilere, kredi komitesine ya da yönetim kuruluna doğrudan rapor vermeli, yönetim kurulu da etkin bir denetim için denetçileri desteklemelidir. Kredi denetiminden sorumlu olan personelin başarılı olabilmesi, ilgililerin gerekli yetki ile donatılmalarına bağlıdır. Zira görüş ve öneriler bildiren kurmay konumundaki denetçiler, yüzeysel bir inceleme ile yetinebilirler. Ancak kurmay personelin ayrıntılı bir inceleme ile özel olarak görevlendirilmesi de mümkündür (Berk, 1987, s. 85).

2.2.4.1. Kredinin Geri Ödenmesi

Kredilendirme sürecinin en önemli aşamalarından biri de kredinin geri ödenmesi aşamasıdır. Müşterinin kredi limiti banka tarafından belli dönemlerde yenilenir. (Bu konu üzerinde kredi limitlerinin belirlenmesi konusunda ayrıntılı olarak durulmuştur). Aksi hâlde, kredi müşterisi tarafından bazı daimi ihtiyaçların karşılandığı düşünülebilir. Bu durum kredinin amacı dışında bir yerde kullanılmış olması sonucunu yaratarak bankanın müşteriyle olan ilişkilerini olumsuz olarak etkiler.

Kredinin geri ödeme planı her şeyden önce kullanılan kredinin ve müşterinin özelliklerine göre belirlenmelidir. Uygulanan faiz oranı, riski ve beklenen kar marjını karşılayacak şekilde belirlenmelidir. Bir başka ifadeyle vade, risk ve geri ödeme planı, kredinin değerlilik tahminine ve bankanın tüm kredi portföy riskine katkısı göz önünde bulundurularak uygulamaya geçirilmelidir. Burada önemli olan kredi türleri ve müşteri grupları itibarıyla bir dengenin kurulması ve aynı gruplar için kredi kullanım ve geri ödemelerinde sürekliliğin sağlanmasıdır. Bu bankaya, yüksek oranda bir geri ödeme olanağı

verir ve geri ödeme zamanında karşılaşılabilecek zorlukların azaltılmasında yararlı olur. Rekabetçi Pazar koşullarında borçlu, diğer kredi kurumlarında gerçekleştirilen uygulamaları tartışma fırsatı yakalar (Bascom, s.115).

Bankalar açısından bakıldığında işe; her bir kredinin vade sonu yaklaştığında anapara ile ilgili iki temel gelişme gerçekleşmektedir. Birincisi, son ödeme yapılmış olabilir, ikincisi, müşteri kredi yenilenmesi talebinde bulunur. Yenileme talebinin bir başka türü de başlangıçta yapılan anlaşmanın bitiş tarihinden sonra da geçerli olacak şekilde kredinin kullandırılması ya da sürenin uzatılmasıdır. Son ödeme, kredi talebini yenileyen müşteri tarafından yapılmamışsa, bu kredi süreci içinde kredi ilişkisinin sona ermesi için geçerli bir sebeptir. Zira banka, doğal olarak ödeme sorunu olan müşteriye tekrar kredi vermek istemeyecektir.

Yenileme talebinin kabulü bankanın kararına bağlı olup, bir önceki başvuruda kullanılan teknikler ile banka krediyi tekrar değerlendirir. Bu durumda başvuru sahibi ile ilgili olarak onun ödeme kayıtları da dahil olmak üzere çok geniş bir bilgi mevcuttur. Doğaldır ki, hiçbir şey müşterinin ilerideki ödemelerini gerçekleştireceği konusunda garanti veremez. Şartlar bankadan bankaya değiştiği gibi, kredi bankanın takip ettiği türde olma özelliğini de kaybetmiş olabilir. Fakat birçok durumda bankanın güvenle gelişebilmesi için işletmenin sürekliliği ilkesi nedeniyle kredi başvurusu olumlu karşılanabilmektedir. Bu aşamada bankanın avantajı, daha önce kredi ilişkisi olan bir müşteriye kredi verecek olması nedeniyle elinde müşteriyle ilgili geçmişe dönük bazı bilgilerin ve analiz sonuçlarının bulunması ve müşteriye yeni kredi talebi ile gelenlere göre daha iyi tanıyor olmasıdır (Aras, 1996, s.70).

Bu açıdan, kullandırılan kredilerin vadeleri ile, faiz ve komisyonlarının zamanında tahsil edilip edilmediğinin yakından takip edilmesi gerekir. Gidişatı beğenilmeyen müşterilere ait krediler, süratle ve kendilerine hissettirimeden tasfiye edilir (Usta, 1991, s.66). Banka zaten kredi sözleşmesine eklediği kısıtlayıcı hususlarla kendisini, borçlunun faiz ödemede zorluk çekmesi ve ödeme dengesinin bozulması durumu karşısında koruma altına alır (Bascom, s. 115). Buna karşılık ; durumları sağlam olmakla beraber gerekli verimi sağlamayan ve mevduat yapamayan firmalarla olan ilişkilerin devamı veya kredilerinin istenilen düzeye getirilmesi veya tasfiyeye tabi tutulması kararı, şube yöneticiliğince alınarak uygulanır (Usta, 1991, s. 66).

2.2.4.2. Kredi Gözetimi

Kredinin denetimi ya da gözetimi (loan review), genelde, kredi talebi kabul edilip verildikten sonra fakat geri ödeme vadesi gelmeden önce kredinin incelenmesi uygulamasıdır. Bu gözetim, genellikle kredi biriminden bağımsız çalışanlar tarafından gerçekleştirilir. Klasik yaklaşıma göre kredi gözetimi fonksiyonunun temel amacı, sorunlu kredileri olabildiğince erken tespit ederek zararı azaltmaktır. Başka bir ifade ile, her kredi görevlisinin sorunlu krediyi erken tespit etme görevi doğal olarak bulunmakla birlikte, kredi gözetimi ayrıca önem verilmesi gereken bir işlev olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kredi denetlemesinin büyüklüğü ve karmaşıklığının bankalar arasında farklılaşmaktadır. Bununla beraber, ne bankalar arasında denetleme konusu yapılan yatırım farklılığına ilişkin, ne de kredi denetlemesinin niteliği ile bankanın özel durumları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar bulunmamaktadır (Aras, 1996, s. 185). Ticari bankaların başarısızlığında rol oynayan temel faktörlerden birisi de sorunlu kredi tespit sistemindeki yetersizliktir. Bu durum dikkatleri sorunlu kredileri engelleme konusunda kredi gözetimine çekmektedir. Kredilerin gözetimini 3 bölümde incelemek mümkündür.

i. Normal Gözetim

İster nakdi ister gayri nakdi türü ne olursa olsun, firmalara tahsis edilen krediler; enflasyon ve devalüasyon, geri dönmeme, fiziki durumunun ortadan kalkması (ölüm, iflas fesih vb. gibi) ve teminatların zayıflaması risklerini taşır.

Özellikle enflasyonun yüksek olduğu ve ekonomiyi baskı altında tuttuğu dönemlerde, geleceğe yönelik tahminler yeteri kadar net ve sağlıklı yapılamaz. Tahminlerin sağlıklı ve net yapılamaması, ekonominin vazgeçilmez bir parçası olan bankaları da etkiler ve bu durumda bankalar, çok kısa vadeli kredi vermeye yönlendirilirler. Vade kısaldıkça, geleceği daha net tahmin etme olasılığı fazlalaşır ve dolayısıyla, enflasyon ve /veya devalüasyondan kaynaklanacak riskin etkisini azaltma amaçlı önlemlerin alınması kolaylaşır (Usta, 1991, s.47).

Bunun yanında verilen kredinin sağlıklı olarak geri dönmeme olasılığı, bankalar açısından dikkate alınması gereken problemlerin başında gelir. Aslında türü ne olursa olsun geri

dönme riski, kredinin kullandırıldığı andan itibaren gizli şekilde hissedilir. Geri dönme riski özellikle;

- Orta ve uzun vadeli kredilerde, geleceğin sağlıklı bir biçimde ve net olarak tahmin edilememesi (günümüz de aynı sorun kısa vadeli krediler için de geçerlidir.),
- Savaş, ambargo gibi devletler arası sorunların yaşanması (Sorun başka devletler arasında yaşansa bile diğer devletleri de etkileyebilmektedir.),
- Deprem, sel, yangın, fırtına, kuraklık gibi, önceden bilinmesi mümkün olmayan veya önlem alınmasında zorlanılan afetler,
- Kredi alan ya da istekte bulunan firmaların teknolojik atılımlarda geri kalması ve ürettiği mala karşı tüketici talebinin azalması,
- Toplum alışkanlıklarının değişmesi nedeniyle üretilen mala olan ilginin azalması
- Tüketici profilinin değişmesi nedeniyle mala olan talebin şekil değiştirmesi
- Siyasi karar organlarının almış oldukları hem tüketicileri, hem de üretici firmaları etkileyen olumsuz kararlar,
- Firmalarda ortaya çıkan yönetim zaafı veya çok önemli yönetim hataları,
- Ortaklar arasındaki uyumsuzluk ve anlaşmazlıklar,
- Sosyo-ekonomik akımların etkisi altında oluşan işçi hareketleri ,(grev, işi yavaşlatma ,topluluğa çıkma vs..)
- Yurtdışı mal satışlarındaki ülke riskinden kaynaklanan alacakların tahsilindeki sorunlardan kaynaklanmaktadır ve bu gibi durumlar bankaları da dolaylı olarak etkileyebilmektedir.

Göz önünde bulundurulması gereken bir başka olasılık da fiziki durumun ortadan kalkması riskidir. Firmaların fiziki durumları çeşitli nedenle ortadan kalkabilmektedir. Özellikle gerçek kişi firmalarda ölüm olasılığının bulunması , bankalar açısından önüne geçilmesi imkansız bir risktir. Tüzel kişi firmalarda ,firmayı ayakta tutan kişinin ölümü, firmanın iflası, feshi vb. gibi olaylar da birer risk nedeni olarak ortaya çıkmaktadır (Usta, 1991, s. 48).

Normal koşullarda gerçekleşmesi olası bir başka risk ise teminatların zayıflaması riskidir. Kredi koşulu olarak risk olasılığını ortadan kaldırmak ya da azaltmak amacıyla alınan teminatların, çeşitli etkiler altında değer kaybetmesi, ortadan kalkması, çalınması, kaybolması, yanması, sele kapılması her an için mümkündür. Bu nedenle,teminat alınırken yukarıda sıralanan olasılıkların da göz önünde bulundurularak önceden önlem alınması bu gibi riskleri önlemede önem arz etmektedir. Bu tür risklerin önüne geçilmesi ya da en aza indirilmesi

amacıyla sigorta poliçelerinin düzenlenmesi günümüz bankacılığında oldukça yaygın bir uygulama alanı bulmaktadır.

ii. Tehlikeli Durumlarda Gözetim

Kredi portföyünün olağanüstü durumlarda gözetimi daha çok kredi portföyündeki müşterilerin mali durumunun kötüleştiğine ilişkin duyuların ya da tahminlerin olduğu, firmaların önemli değişimler geçirdiği durumlarda olabileceği gibi, aynı zamanda kredilendirilen firmaların içinde bulunduğu sektöre ilişkin önemli olumsuz gelişmelerin gözlemlendiği durumlarda yapılmaktadır. Diğer taraftan ekonomik durumdaki ani dalgalanmalar, fon maliyetlerindeki önemli artışların olduğu durumlarda kredi portföyünün gözetimi gerekli olmaktadır. Bu hallerde banka kredi portföyünün riskini azaltıcı önlemler almak amaçındadır (Aras, 1996, s. 188).

Daha çok yabancı kaynaklara dayalı olarak çalışan bankaların önemli ve riskli işlemlerinin başında, kullandırdıkları krediler gelir. Bu nedenle, kredi departmanlarında görevli personelin; konusunda bilgili, becerikli, geleceği iyi tahmin edebilen, çağdaş bankacılığa uyum sağlayabilecek, kaliteli hizmet sunabilecek nitelikte olması gerekir.

Tehlikeli kredi işlemleri için özel yeteneklere sahip, yukarıdaki özellikleri taşıyan personelin seçilmesindeki amaç, en somut biçimde tehlikeli durumların oluşmadan hissedilmesi ve önlenmeye çalışılmasıdır.

Firmaların kredi ihtiyaçları çeşitli nedenlerden kaynaklanır. Bunları çok net ve bir liste halinde alt alta sıralamak mümkün değildir. Ancak , her an arzu edilmeyen türden kredi istekleriyle karşılaşılabilmesi unutulmamalıdır. Bankaların yerine getirmekten kaçındığı finansman taleplerinden (arzu edilmeyen türden isteklerden) bazıları aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- **Hızlı büyüme içinde olan firmanın kaynak sıkıntısına düşmesi:**

Hızla büyüyen firma, doğal olarak büyümesine oranla ek finansman gereksinimi duyar. Bu tür firmaların başlangıçta yeterli kaynak yaratmaları mümkündür. Dolayısıyla firma, belli bir süre için kendi kendini finanse etme olanağını bulacaktır. Ancak, bunun devamlılığı çoğu kez mümkün olamamaktadır. Büyük bir olasılıkla bir süre sonra firmanın, taze kaynak gereksinimi ortaya çıkacak ve arayış içine girecektir (Usta, 1991, s. 49).

- **Karlılığın giderek azalması veya zarara dönüşmesi:**

Firma karlılığının azalmasında çeşitli nedenler rol oynar ve bunun sonucunda çoğu kez ilave kaynak gereksinimi ortaya çıkar. Bankanın kabul edemeyeceği nedenlerden dolayı azalma söz konusu ise veya azalış süreklilik göstermekte ise, bu tür firmaların finansmanından kaçınılır. Firmanın devamlı zarar etmesi ,onun işletme sermayesini etkileyerek azalmasına neden olacaktır.

Karlılığı devamlı azalan ya da zarar eden firmaların hoşgörü ile karşılanması ve yeni kredi ilişkisine girilmesi veya mevcut ilişkilerin devam ettirilmesi bankalar açısından kredinin riskini daha da arttıracaktır. Ancak zarar, farklı ve kabul edilebilir nedenlerden kaynaklanmış ve firma tarafından nedeni açıklanabilmişse, bunun kredilendirmedeki bakışa olumlu etki etmesi mümkündür.

- **Alınan kısa vadeli fonların sabit kıymet alımında kullanılması:**

Firmanın sabit kıymet gereksimi doğmuşsa, bunun kural olarak orta veya uzun vadeli fonlarla finanse edilmesi gerekecektir. Aksine, sabit kıymet alımında kısa vadeli fonlardan yararlanılmışsa, bir müddet sonra sıkıntılar ortaya çıkacağından , ödeme güçlüğü doğacak ve kaynak arayışı söz konusu olacaktır.

Bu türden gereksinimler için kısa vadeli kredi verilmesi, kredilendirme prensiplerine aykırı bir davranış olacaktır.

- **Borcun, yeni bir borçla ödenmek istenmesi:**

Borcun, alınan bir başka borç ile ödenmek istenmesi, bankalarca kabul edilmeyen diğer bir uygulamadır. Vadesi gelmiş bir borcun ödenmesi söz konusu olduğunda, ödemenin yeni borçlanma ile değil, firmanın kendi kaynaklarından yapılması uygun olacaktır (Usta, 1991, s. 50).

Riski zamanında ortadan kaldıracak önlemlere başvurabilmek için, bu tür olumsuz faktörlerin erken teşhis edilmesi, kredi uygulamaları açısından oldukça önemlidir. Tehlikeli işlemlerin önlenmesi açısından etkin bir sistemin geliştirilmesi gereklidir.

iii. Kriz Döneminin Özellikleri Açısından Müşteri İlişkileri

Kredinin kullandırılması sürecinde doğal olarak, borçlu nakit sıkışıklığı içine düştüğü zaman kredi de bir kriz dönemine girer. Bunun yanında bu krizin nakit sıkışıklığı dışındaki problemlerden kaynaklanması da olasıdır. Örneğin, borçlu, politik, sosyal ya da siyasal gelişmelerden dolayı ödemelerini kasıtlı olarak da durdurabilir. Finansal bir ödememe nedeni bulunmayan bu gelişmeleri kısaca aşağıdaki şekilde maddeleyebiliriz;

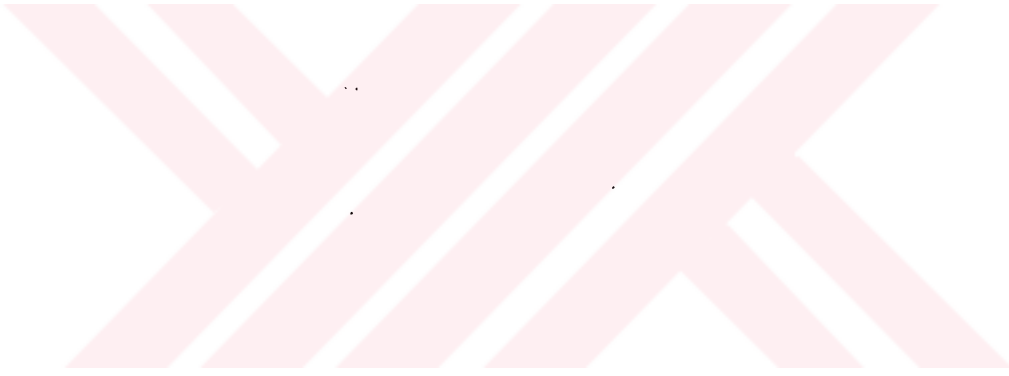
- tüccarlarla ilişkilerinin bozulması,
- spekülatif eğilimler,
- hacim yaratmak amacıyla satışları düşük kar marjı ile gerçekleştirme,
- ana ürün hattı, bayilikler, dağıtım kanalları ya da arz kaynaklarında meydana gelen olumsuz gelişmeler,
- kredi taleplerinin önemli ölçüde artması,
- bir ya da birden fazla finansal müşteri kaybı,
- yüksek getiri potansiyeli olmayan projelere katılmak,
- süregelen bazı karlı projelerin durdurulması,
- yazar ya da ekonomi koşullarına geç uyum sağlama,
- yönetimin zayıflaması,
- piyasada yeni, güçlü kredi kurumlarının ortaya çıkması

Kredinin seyrinde bir takım aksaklıkların meydana geldiğinin fark edilmesiyle bankanın öncelikli olarak, borçlunun problemini analiz eder. Bu aşamada, kredinin yetki limiti ne olursa olsun banka, Genel Müdürlük birimlerinde faaliyet gösteren kredi departmanlarıyla iletişim kurar ve uzman kadrolardan konuyla ilgili olarak bilgi ve ileride gerçekleştirilmesi beklenen aşamalar hakkında onay alır (Bascom, s. 116). Kullanıcı firmada yapılan analizlerin sonucunda eğer kriz döneminin geçici bir nakit sıkıntısı ya da finansal olmayan geçici bir durumdan kaynaklanmadığına yani, kriz döneminin geçici olmadığına karar verirse kredi Genel Müdürlüğün de onayı ile idari takibe alınır.

11 Ocak 1998 tarih ve 23227 sayılı resmi gazetede yayınlanan “Banka Kredilerinin Niteliklerine Uygun Olarak Muhasebeleştirilmesi, Değerlendirilmesi ve Kredi Karşılıkları Hakkında” 97/10497 Sayılı Bankalar Kurulu Kararı ile bu karara ilişkin tebliğde temerrüt hali, kredinin bir aydan fazla, sürekli olarak geciktirilmesi şeklinde tanımlanmış, teminat grupları itibariyle krediler sınıflandırılmış, temerrüde uğrayan kredilerle ilgili olarak yapılması

gerekenler belirlenmiş ve bankalar tarafından kredi türleri itibariyle ayrılacak genel karşılıklar ve teminat türleri itibariyle bankalarca ayrılması gereken özel karşılıklarla ilgili esaslar düzenlenmiştir. (Ayrıntılı bilgi için bkz. 18.01.1998 tarih, 23227 sayılı Resmi Gazete)

İdari takip sürecinde de kriz dönemi atlatılmaz ve hesabın kredi ilişkisinin sona erdirilmesi kararına varılır ise borçtan sorumlu kişilerle irtibata geçilmesi şartı ile kredinin kanuni (icra işlemleri) takibi yoluna gidilir (TİBAŞ, (d), s. 113).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TİCARİ BANKALARDA KURUMSAL KREDİLERİN PAZARLANMASI VE TÜRKİYE'DE ÇOK ŞUBELİ BANKALARDA BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ

2.2.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bankaların mevduat toplamının yanında en önemli işlevlerinden birisi de kredi pazarlamadır. Bunun yanında, bir ülkede ekonomik gelişmişliğin büyüklüğü ve gelişmişliği açısından kredi kullanımı zorunludur. Ekonomik süreç içerisinde artan fon ihtiyacı büyük ölçüde bankalardan sağlanan kredilerle karşılanmaktadır.

Günümüz ekonomik koşullarında bankalar öncelikle güvenilir ve finansal davranışları istikrarlı müşterilere yönelmeye zorlanmaktadır. Bu bağlamda artan rekabet, bankaların daha çok pazara yönelmelerini gerektirmektedir. Müşteri seçiminde daha titiz davranmaya özen gösterildikçe, bu tür seçkin müşterilerden gelen taleplerin karşılanması için de rakiplerin davranışlarının daha iyi gözlenmesi ve ürün ve hizmet paketlerinin de bu oranda titizlikle hazırlanıp sunulması gereği ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, ticari bankalar ile müşteriler arasındaki ilişkilerin düzenli olarak sürdürülmesinde gerekli olan rekabet ortamının yaratılması ve optimal ürün ve hizmetin sunulmasında etkinliği belirlemektir.

Araştırmanın kapsamını Türkiye'de faaliyet gösteren, yerli ya da yabancı sermaye ile kurulmuş çok şubeli bankaların oluşturması planlanmıştır.

3.1.2. Araştırmanın Yöntemi

3.1.2.1. Ön Hazırlık

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın kapsayacağı bankaların belirlenmesi ve nasıl veri toplanacağına karar verilmiştir.

Araştırmanın kapsamını Türkiye’de faaliyet gösteren, yerli ya da yabancı sermaye ile kurulmuş çok şubeli bankaların oluşturması planlanmıştır.

Veri toplamak için kullanılan bir örneği Ek.1’de yer alan soru formu hazırlanmadan önce bankacılık sektörü ve krediler ile ilgili yazılı ve sözlü kaynaklardan bilgi toplanmıştır. Konuyla ilgili literatürün de incelenmesi sonucunda soru formu oluşturulmuştur.

Soru formlarının öncelikle bankaların Krediler Müdürlükleri’nde görevli üst düzey yönetici ya da uzmanlar tarafından doldurulması uygun görülmüş ve formlar bankaların anılan birimlerine gönderilmiştir.

Araştırmada, banka yöneticilerinin, banka sırlarının açığa çıkarılması vb. nedenlerden dolayı rahatsızlık duymalarından dolayı kendilerine her ne şekilde olursa olsun kendilerinden alınan bilgiler kullanılırken banka adının kullanılmayacağı ve bu bilgilerin bu çalışma dışında kullanılmak üzere üçüncü şahısların bilgilerine sunulmayacağı teyit edilmiştir. Bu nedenle çalışmada hiçbir şekilde banka, şube ya da yönetici ismi kullanılmamıştır.

3.1.2.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın verileri araştırmacı tarafından hazırlanan bir soru formu aracılığı ile toplanmıştır. Soru formu bankaların Genel Müdürlük birimlerine hitaben yazılmış bir tanıtım yazısı ile başlamakta ve 23 sorudan oluşmaktadır. 3, 13, 19, 21, 22, 23 numaralı sorular açık uçlu diğerleri ise çoktan seçmelidir.

Soru formunda yer alan sorulardan altı tanesi T.B.B.’nce belirlenen uygulamalar dışında bankaların özel müşteri veya proje grupları için gerçekleştirdikleri uygulamaları belirlemeyi amaçlamaktadır. Sorulardan diğer on bir tanesi ise tamamen bankanın üst yönetimince belirlenen ya da bu birimlerce şubelere verilen yetkiler çerçevesinde şubelerce uygulanan

kuralları belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın son grubu ise beş sorudan oluşan açık uçlu sorulardır. Bu sorular da yine banka yönetimince belirlenen ve şubeler tarafından kredilendirme sürecinde kullanılan uygulamaların çalışmaya konu olan bankalar arasında göze çarpacak biçimde farklılık gösteren uygulamalar olup olmadığının belirlenmesi amacıyla sorulmuştur.

3.1.2.3. Örneklem

Çalışmada, tanımlamamıza uyan Türkiye genelindeki 59 çok şubeli bankaya, hazırlanan anket formları gönderilmiştir. İstenilen süre içerisinde bu bankaların bir kısmı soru formlarını cevaplandırarak geri gönderirken, bir kısmı cevap vermelerinin Bankalar Kanununa göre doğru olmayacağı gerekçesiyle soru formlarını geri göndermiştir. Dolayısıyla, ancak 19 bankadan gelen anket formları değerlendirilebilmiştir. Anketlerin geri dönme oranı % 32.20 olmuştur.

3.1.2.4. Uygulama

Soru formları ilgili bankalara posta yöntemiyle gönderilmiş ve cevapların tanıtım yazısında yer alan faks numarasına gönderilmesi ya da formlarla birlikte gönderilen adres kısımları doldurulmuş zarflar ile postaya verilmesi istenmiştir. Geri dönmesi geciken soru formlarının zamanında gelmesinin sağlanması için ilgililer telefonla aranmıştır.

3.1.2.5. Veri Analiz Yöntemi

Çalışmanın frekans analizinde SPSS paket programı kullanılmış ve bulgular yüzde dağılım tabloları kullanılarak özetlenmiş ve yorumlanmıştır.

Sorulan soruların her birine cevap alınmıştır. Bazı açık uçlu sorular da okunarak yorumlanmıştır.

Tablo genel toplamlarının bir kısmı, örneklem sayısı olan on dokuzun üzerindedir. Bu durum, soruların kümülatif olarak değerlendirilmesinden kaynaklanmaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMU

3.2.1. BANKA UYGULAMALARI VE KREDİ TÜRLERİNE GÖRE KURUMSAL KREDİLERİN PAZARLANMASI İLE İLGİLİ BULGULAR VE YORUMU

Soru formunun bu kısmında araştırmaya katılan bankaların pazarlama politikalarının hangi birimler tarafından geliştirildiği ve bazı kredi türleri itibariyle yapılan ayırım belirlenmeye çalışılmıştır.

3.2.1.1. Kurumsal Kredilerin Pazarlama Politikaları

Kurumsal kredilerin pazarlama politikalarının bankaların hangi birimleri tarafından geliştirildiğini ortaya çıkarmayı amaçlayan bu soru, bankaların genel pazarlama politikaları ile çalıştıklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 3.1 Kurumsal Kredilerin Pazarlama Politikalarının Şubeler Tarafından Geliştirilme Oranı.

| Banka türleri | Evet Sayı % | Hayır Sayı % | Bazen Sayı % | Toplam |
|---------------|----------------|-----------------|-----------------|--------|
| Kamu | 1 33.33 | 1 33.33 | 1 33.33 | 3 |
| Özel | 3 18.75 | 5 31.25 | 8 50.00 | 16 |
| Toplam | 4 21.05 | 6 31.58 | 9 47.37 | 19 |

“Kredi pazarlama politikalarınız şubeler tarafından mı geliştiriliyor” sorusuna kamu bankalarının verdiği cevaplar her bir banka için farklı olurken, bu soruya özel bankaların verdiği cevaplara göre, özel bankaların % 50’sinin pazarlama politikalarının geliştirilmesinde şubelerini söz sahibi yaptığı görülmektedir.

Bu soru verilen yanıtlardan anlaşıldığına göre, genel olarak bankaların kredi pazarlama politikaları Genel Müdürlük birimlerince hazırlanmakta, fakat şubelere de müşteri ve projelerin verimliliği ya da bazı özel bölgesel koşullar nedeniyle yeni politikalar geliştirip, uygulama olanağı sağlanmaktadır.

3.2.1.2. Kredi Tahsisine Yetkili Organlar

Anket formunda yer alan 3 numaralı, “bankanızda kredi tahsisine yetkili organ ya da organlar hangileridir?” sorusunun cevabı olarak tüm bankalarca verilmesi beklenen cevap, Şubeler, Bölge Müdürlükleri ve Genel Müdürlük iken, özel bankalardan biri bu birimler yerine Genel Müdürlüğe bağlı olarak çalışan Pazarlama Grubu’nun kredi tahsisine yetkili olduğu ve bu gruba bağlı olarak çalışan personelin görüş ve önerileri alınmadan herhangi bir birimin kredi tahsis etme yoluna gitmediği cevabını vermiştir. Diğer bir özel banka ise; kredi tahsisine yetkili organları, Şube Müdürlükleri, Koordinatörlükler, Grup Müdürlükleri ve Genel Müdürlük olarak sıralamışlardır.

3.2.1.3. Döviz Kredileri

Kurumsal kredilerin pazarlanması sürecinde, kredi türlerinde görülen çeşitlilik pazarlama faaliyetlerinde kullanılan yöntemlerde de çeşitliliği gerektirmektedir. Tablo 3.10, bankalara göre döviz kullandırma dağılımını göstermektedir.

Tablo 3.2. Döviz Kredilerini Kullandırma Oranı

| Banka türleri | Evet | | Hayır | | Bazen | Toplam |
|---------------|------|--------|-------|-------|---------|--------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı % | |
| Kamu | 3 | 100.00 | - | - | - - | 3 |
| Özel | 12 | 75.00 | 2 | 12.50 | 2 12.50 | 16 |
| Toplam | 15 | 78.94 | 2 | 10.52 | 2 10.52 | 19 |

Çalışmada yer alan bankaların on beş tanesi döviz kredisi kullandırmakla birlikte iki özel banka döviz kredisi kullandırmamaktadır. Fakat, anket formunda yer alan “ döviz kredisi kullanıyorsanız bunun kısıtları nelerdir?” sorusunun yanıtında bu tür krediler için bir takım sınırlamalar getirilmektedirler.

Bu bölümde belirtilen kısıtlar;

- İthalat,
- İhracat ve
- Döviz kazandırıcı faaliyetlerdir.

Bu tür faaliyetlerin gerçekleştirilmesi ve kredinin sağlam kefalet ve teminatlarla desteklenmesi şartıyla ele alınan bankaların tümü döviz kredisi kullanılmaktadır.

3.2.2. KURUMSAL KREDİLERİN MÜŞTERİ GRUPLARI İLE İLGİLİ BULGULAR VE YORUMU

Bu bölümde kurumsal kredilerin müşteri gruplarının hangi sektör ya da firmalar olduğu ve müşteri gruplarının nasıl belirlendiğinin öğrenilmesine ilişkin sorular sorulmuştur.

3.2.2.1. Kurumsal Kredilerin Hedef Pazarı

Kurumsal kredilerin hedef pazarını öğrenmek için sorulan soruyla bankaların kurumsal kredilerin pazarlanmasında kredi kullanılmamasını uygun gördükleri sektörleri tespit etmek amaçlanmıştır.

Tablo 3.3. Kurumsal Kredilerin Hedef Pazarına göre Dağılım

| Kullanılan kredilerin hedef Pazarı hangi tür müşterilerden oluşuyor? | Bankaların Türleri | | |
|--|--------------------|-------------|--------|
| | Kamu Sayı % | Özel Sayı % | Toplam |
| Turizm sektörü | - - | 5 100.00 | 5 |
| Sanayi sektörü | 1 9.09 | 10 90.10 | 11 |
| Turizm dışında kalan hizmet sektörü | - - | 1 100.00 | 1 |
| Tarım | 1 20.00 | 4 80.00 | 5 |
| Ayrım yapılmıyor | 2 33.33 | 4 66.67 | 6 |
| Diğer | - - | 3 100.00 | 3 |
| Toplam | 4 12.90 | 27 87.10 | 19 |

Uygulamaya konu olan kamu bankaları kredilerin kullanılmasında turizm, sanayi, turizm dışında kalan hizmet sektörü ve tarım sektöründe faaliyet gösteren işletmeleri, hedef müşteri grupları olarak belirlemekte ve bu gruplar dışında kalan müşteri gruplarına kurumsal kredi kullanılmama eğilimindedir. Özel bankaların hedef müşteri grupları ise - her bir gruptaki müşterilere kullanılan kredilerin genel toplamı açısından bakıldığında - cevap veren on altı bankadan beşi, turizm sektörüne, on tanesi sanayi sektörüne, birisi turizm sektörü dışında kalan hizmet sektörüne, dördü tarım sektörüne kredi kullanılmaktadır. Her bir sektör için cevap veren kişi sayısı açısından baktığımızda, on dokuz çok şubeli bankadan

tamamı turizm sektörü dışında kalan hizmet sektörüne kredi kullandırma eğiliminde iken yalnızca beş özel banka turizm sektörüne kredi kullandırmaktadır. Burada Türkiye'nin bir turizm ülkesi olduğu gerçeğinden yola çıkarsak bankaların, yoğun olarak faaliyet gösteren bir sektöre kredi kullandırmama eğiliminde olması dikkat çekici bir husus olarak göze çarpmaktadır. Bunun yanında turizm işletmelerinin pek çoğunun merkezlerinin küçük ölçekli işletmeler olduğunu göz önünde bulundurursak bu davranışın olumsuz bir eğilim olmadığını, aksine böyle bir sektöre kullandırılan kredilerin yüksek risk içereceğini varsayabiliriz. Aynı durum tarım sektörü için de geçerlidir. Tarımın büyük bir geçim kaynağı olduğu Türkiye'de tarım sektörünün riskli bir sektör olarak görülmesi dikkat çekicidir. Ancak bu sektörün risk içermesi ise, tarım işletmelerinin de yine küçük ölçekli olmasına bağlanabilir. Bunun yanı sıra bu bölümde alınan cevaplar, ihtisas bankacılığının önemini de ortaya çıkarmaktadır.

3.2.2.2. Turizm Sektörüne Kullandırılan Krediler

Bankalara riskli bir sektör olarak görülen turizm sektörüne kredi kullandırıp kullandırmadıklarının sorulmasındaki amaç, sektör riski faktörünün göz önüne alınıp alınmadığını ortaya koymaktır.

Tablo 3.4. Turizm Sektörüne Kullandırılan Kredilerin Banka Türlerine göre Dağılımı

| Banka türleri | Evet | | Hayır | | Bazen | | Toplam |
|---------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | |
| Kamu | 2 | 66.66 | 1 | 33.33 | - | - | 3 |
| Özel | 6 | 37.50 | 2 | 12.50 | 8 | 50.00 | 16 |
| Toplam | 8 | 42.10 | 3 | 15.78 | 8 | 42.10 | 19 |

Çalışmaya konu olan on dokuz bankanın %42.10'u turizm sektörüne kredi kullandırmakta, % 15.78'si ise genel kural olarak turizm sektörüne kredi kullandırmamayı tercih ederken yine müşteri ve projelerin verimliliğine göre % 42.10'u turizm sektörüne kredi kullandırmaktadır. Bankalar bu soruya evet, hayır ya da bazen cevabını vermekle yetinmiş, nedenlerini açıklamamışlardır.

3.2.2.3. Sektörel Analiz

Turizm sektöründe faaliyet gösteren firmalara kullandırılan krediler için sektörel analiz yapıp yapılmadığının sorulması, bankaların pazarlama konusu yaptığı kurumsal kredilerde riski kredilendirme öncesinde göz önünde bulundurup bulundurmadığını belirlemeyi amaçlamaktadır. Sektörel analiz ile ilgili dağılım tablo 3.9'da görülmektedir.

Tablo 3.5. Turizm Sektörüne Kullandırılan Kredilere Sektörel Analiz Yapılma Oranı.

| Banka türleri | Evet | | Hayır | | Bazen | | Toplam |
|---------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | |
| Kamu | 2 | 66.66 | 1 | 33.33 | - | - | 3 |
| Özel | 10 | 62.50 | 2 | 12.50 | 4 | 25.00 | 16 |
| Toplam | 12 | 63.15 | 3 | 15.78 | 4 | 21.05 | 19 |

Turizm sektörüne kurumsal kredi pazarlaması yapan bankalardan % 63.15'i bu kredileri kullandırmadan önce bir sektörel analiz yapmaktadır. % 15.78'i ise genel olarak sektörel analiz yapmamakla birlikte bazı özel durumlarda böyle bir uygulama yoluna gitmektedir.

Bu oranlamanın sonucunda yapılacak yorum ise, firma riskinin sektör riskinin önünde tutulduğu, sektör riskli de olsa firmanın kredi değerliliği ve ticari kapasitesinin kredilendirmede önemli bir faktör olarak görüldüğüdür.

3.2.3. KURUMSAL KREDİLERE UYGULANAN FAİZ ORANLARI İLE İLGİLİ BULGULAR VE YORUMU

Soru formunun bu kısmında bankaların faiz oranlarını nasıl belirledikleri ve hangi kıstasları göz önünde bulundurdıkları öğrenilmek istenmiştir.

3.2.3.1. Yıllık T.L. Kredi Faiz Oranları

Yıllık kredi faiz oranlarının sorulmasının amacı, yaşanan yoğun rekabet ortamında bankaların uyguladıkları faiz oranları arasındaki farkı ortaya çıkarmaktır. Tablo 3.6. banka türlerine göre faiz oranlarının dağılımını göstermektedir.

Tablo 3.6 Yıllık T.L. Faiz Oranlarının Banka Türlerine Göre Dağılımı.

| Banka türleri | 50 ve altı Sayı % | 51-100 Sayı % | 100-150 Sayı % | Diğer Sayı % | Toplam |
|---------------|----------------------|------------------|-------------------|-----------------|--------|
| Kamu | - - | 2 66.66 | - - | 1 33.33 | 3 |
| Özel | - - | 3 18.75 | 9 56.25 | 4 25.00 | 16 |
| Toplam | - - | 5 31.25 | 9 37.50 | 5 31.25 | 19 |

Uygulamada yer alan kamu bankaları, kurumsal kredi kullandırılmasında % 51 ile % 100 arasında bir oran uygularken, özel bankalardan üçü % 50 veya altında bir oran uygulamakta, dokuz tanesi ise %51 ile % 100 arasında oranlarda kredi kullandırmaktadırlar. Bir başka deyişle, toplam on dokuz bankanın beşi % 51 ile % 100 arasında bir oran uygulamaktayken, dokuz özel banka % 100-%150 arasında bir oran uygulamaktadır. Ayrıca biri kamu bankası olmak üzere toplam dört banka % 80 ile % 120 aralığında bir faiz oranı uygularken özel bankalardan birisi, piyasa koşulları ve müşteri verimliliğine göre değişken faizler uyguladığını belirtmiştir.

Buradan da anlaşılacağı gibi, günümüz bankacılığında yaşanan yoğun rekabet, piyasa koşulları ve müşteri çeşitliliği uygulanan faiz oranlarında da çeşitliliğe neden olmaktadır.

3.2.3.2. Müşteri Gruplarına Göre Faiz Oranlarının Belirlenmesi

Müşteri gruplarına göre faiz oranlarının farklılık gösterip göstermediğinin sorulması, kurumsal kredi işlemlerinde müşteri seçiminde etkin olan faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır.

Tablo 3.7 Müşteri ya da Kredi Türleri için Uygulanan Farklı Faiz Oranlarının Banka Türlerine göre Dağılımı

| Banka türleri | Evet Sayı % | Hayır Sayı % | Müşterinin ve projenin durumuna göre Sayı % | Toplam |
|---------------|----------------|-----------------|---|--------|
| Kamu | 2 66.66 | 1 33.33 | - - | 3 |
| Özel | 14 87.50 | 1 6.25 | 1 6.25 | 16 |
| Toplam | 16 84.21 | 2 10.52 | 1 5.26 | 19 |

Tablo 3.7 'den de görüldüğü üzere banklar arasında, uygulanan faiz oranları açısından istikrarsızlık söz konusudur. Bu bölümde de görülmüyor ki bankalar genel kurallarını müşteri ya da proje bazında değiştirebilmekte ve bazı kuralları esnek tutma yoluna gitmektedirler.

Bu soruya cevap veren bankaların on altısı evet , ikisi hayır, bir tanesi ise projenin ve müşterinin durumuna göre değişiklik yapma yoluna gidildiği yönünde cevaplar vermişlerdir. Bunun nedeni olarak ise özellikle kamu bankalarında ihtisaslaşmanın önemi vurgulanmakta, bankanın ihtisas alanına giren müşterilere ayrıcalıklı faiz oranlarının uygulandığı belirtilmektedir. Özel bankalar ise bu tür özel durumların firmaların ve projelerin verimliliği ve firmaların kredi değerliliği ve göz önünde bulundurularak uygulandığını vurgulamaktadırlar.

3.2.3.3. Teminat Mektubu Komisyon Oranları

Teminat mektuplarına uygulanan faiz oranlarının sorulması ile rekabet ortamında bankaların pazarlama davranışlarını göstermeyi amaçlamaktadır. Bankaların T.L. teminat mektuplarına uyguladıkları faiz oranlarının dağılımı tablo 3.12.'de görülmektedir.

Tablo 3.8. Teminat Mektubu Faiz Oranları

| T.L. teminat mektubu faiz oranları hangi yüzdesel aralığı | Bankaların Türleri | | |
|--|--------------------|----------------|--------|
| | Kamu Sayı % | Özel Sayı % | Toplam |
| 0 | - - | 2 100.00 | 2 |
| % 1 - %50 | 1 7.69 | 12 92.30 | 13 |
| %51 - %100 | - - | - - | - |
| %101 - - | - - | - - | - |
| Diğer | 2 33.33 | 4 66.66 | 6 |
| Toplam | 3 14.28 | 18 85.71 | 21 |

T.L. teminat mektuplarına uygulanan yıllık komisyon oranları kamu bankaları için 1- % 50 aralığında gerçekleşirken ,özel bankalardan on iki tanesi yine bu oranda teminat mektubu komisyonu uygulamaktadır. Bunun yanı sıra iki özel bankanın, müşterinin ve projenin durumuna göre hiç komisyon almadan teminat mektubu kullandırıldığı da görülmektedir.

Diğer seçeneğinde verilen cevaplar da göz önünde bulundurulduğunda, hem özel bankalar hem de kamu bankalarının özel durumlar dışında teminat mektupları için yıllık % 1 ile % 4 arasında bir oranla komisyon uyguladıkları görülmektedir.

Teminat mektupları için uygulanan komisyon oranlarının bu derece düşük olmasının en temel nedeni olarak, teminat mektuplarının ileride bankaya bir yükümlülük getirmemesi koşuluyla herhangi bir maliyetinin olmayışı gösterilebilir. Diğer taraftan ileride bir yükümlülüğün söz konusu olması riskine karşı da banka, kefalet ve teminatlarla riskini azaltmaktadır. Bunun yanında, bu gibi durumlar söz konusu olduğunda doğabilecek maliyetler açısından da banka, genel kredi sözleşmesi ile maliyet riskini müşteriye yüklemektedir. Böylece teminat mektubuna uygulanan komisyon oranı düşük dahi olsa bir takım kırtasiye masrafları dışında bankaya önemli bir maliyet getirmeyecek ve büyük oranda bankanın gelir kalemleri arasında yer alacaktır.

3.2.4. KREDİLENDİRME SONRASI MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ İLE İLGİLİ BULGULAR VE YORUMU

Kredilendirme sonrasında kurumsal kredi müşterileri ile ilişkiler ve kredinin bu dönem itibarıyla güvenilirliği konusunda bilgi alınmak istenmiştir.

3.2.4.1. Kredi İstihbaratı:

Kurumsal kredi müşterilerine yapılan düzenli istihbaratlar, banka ile müşteri arasındaki iletişimi güçlendirdiği gibi müşterilerin tanınması ve pazarlama faktörlerinin belirlenmesinde de etkili olacaktır. Tablo 3.14 yapılan istihbaratların dağılımını göstermektedir.

Tablo 3.9. Mevcut Müşterilere Her Yıl Düzenli İstihbarat Yapılma Oranı

| Banka türleri | Evet | | Hayır | | Bazen | | Toplam |
|---------------|------|--------|-------|---|-------|------|--------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | |
| Kamu | 3 | 100.00 | - | - | - | - | 3 |
| Özel | 15 | 93.75 | - | - | 1 | 6.25 | 16 |
| Toplam | 18 | 94.73 | - | - | 1 | 5.26 | 19 |

Bankaların tamamı halen kredi ilişkisi içinde buldukları müşterilerin tamamına her yıl düzenli olarak istihbarat yapmakla birlikte bir özel banka bazen cevabını vermiştir.

Böyle bir uygulamayla bankalar, ilk anda istihbaratı yapılan müşterilerin daha sonraki zamanlarda durumlarında herhangi bir değişiklik olup olmadığını kontrol etme ve eğer varsa bu kişilerle olan ilişkilerde meydana gelebilecek olumsuz gelişmeleri önleyebilme fırsatı yakalayabilmektedirler.

3.2.4.2. Banka Dışında Müşterilerle İlişkiler

Müşterilerin sorunlarını yerinde görme ve çözüm getirme gibi çabalarda bulunuyor musunuz? Sorusuna 3 özel banka hayır cevabını verirken diğer bankaların tamamı, müşterilerle iletişimlerini artırmak ve kurumsal kredi kullandırılan müşterilerin mevcut durumlarını gözlemek, kredilerle ilgili olarak gelişebilecek riskleri önlemek amacıyla müşteri ziyaretlerine önem verdiklerini belirtmişlerdir.

Kurumsal kredilerin pazarlanmasının en önemli aşamalarından biri olan kredilendirme sonrası müşteri ilişkilerine araştırmaya konu olan bankaların büyük bölümünde de önem verdikleri saptanmıştır.

3.2.4.3. Kredilendirme Sonrası Müşteri İlişkileri

Mevcut kredilerle ilgili yapılan değişikliklerin müşterilere haber verilip verilmediğinin sorulması ile bankaların pazarlama sürecinde kredilendirme sonrasındaki müşteri ilişkilerini ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Tablo 3.10. Kredilendirme Sonrası Müşteri İlişkilerinin Banka Türlerine Göre Dağılımı

| Banka türleri | Evet | Hayır | Bazen | Toplam |
|---------------|-----------|--------|--------|--------|
| | Sayı % | Sayı % | Sayı % | |
| Kamu | 3 100.00 | - - | - - | 3 |
| Özel | 16 100.00 | - - | - - | 16 |
| Toplam | 19 100.00 | - - | - - | 19 |

Çalışmada ele alınan bankaların tamamı mevcut kredileriyle ilgili olarak yapılan değişikliklerden müşterilerini haberdar etmektedirler.

Kredi ilişkisinde bulunulan müşterilerle ilgili olarak düzenli istihbarat yapmak suretiyle banka ilişkilerini kontrol altına almakta ve bu kişilerle ilgili riskleri asgariye indirmeye

çalışmaktadır. Mevcut kredilerle ilgili olarak da T.B.B. ya da T.C.M.B'nca yapılan değişiklikler ve banka yönetimince alınan yeni kararların müşterilere iletilmesi hem müşterilerden bu uygulamaların akabinde gelebilecek şikayetleri asgariye indirecek, hem de banka yine bu yöntemle de kendisini hukuksal açıdan da garantiye alacaktır.

Bankaların tamamı bu konuda müşterilere; haftalık bültenler, basın açıklamaları, internet ve doğrudan görüşmeler aracılığı ile ulaşmaktadırlar.

3.2.5. MÜŞTERİ DEĞERLENDİRİLMESİ İLE İLGİLİ BULGULAR VE YORUMU

Bu bölümde kurumsal kredilerle ilgili yapılan mali ve teknik analizlerin yapılış biçimi öğrenilmeye çalışılmıştır.

2.5.1. Kredi Analizi

Bankalara kurumsal kredi analizinde önem verilen noktaların sorulmasının nedeni, pazarlama faaliyetleri çerçevesinde müşteri seçimine verilen önemi ortaya çıkarmaktır. Tablo 3.4.'de analiz konusu yapılan faktörlerin dağılımı görülmektedir.

Tablo 3.11. Kredi Analizi

| Kredi analizinde önem verilen özellikler neler | Bankaların Türleri | | |
|--|--------------------|-------------|--------|
| | Kamu Sayı % | Özel Sayı % | Toplam |
| Firmaların ticari prestiji | 3 17.64 | 14 82.35 | 17 |
| Firma sahibinin ticari prestiji | 3 16.66 | 15 83.33 | 18 |
| Firmanın kredi değerliliği | 3 16.66 | 15 83.33 | 18 |
| Kefillerin kredi değerliliği | 3 20.00 | 12 80.00 | 15 |
| Teminatların yeterliliği | 3 16.66 | 15 83.33 | 18 |
| Hiçbirisi | - - | - - | - |
| Diğer | 1 16.66 | 5 83.33 | 6 |
| Toplam | 16 17.39 | 76 82.60 | 92 |

Araştırmaya konu olan kamu bankaları verilen toplam on altı cevap içerisinde bankaların üçü firmaların ticari prestijini, üçü firma sahibinin ticari prestijini, üçü firmanın kredi değerliliğini, üçü kefillerin kredi değerliliğini ve üçü de teminatların yeterliliğini kredi analizi konusu yapmaktadır. Bunun yanında diğer seçeneğini işaretleyen bir kamu bankası ise projenin niteliği, firmanın Pazar payı ve büyüme eğilimini kredi analizinde gözö nünde bulundurmaktadır.

On altı özel bankanın on dört tanesi firmanın ticari prestiji, on beş tanesi firma sahibinin ticari prestiji, on beş tanesi firmanın kredi değerliliği, on iki tanesi kefillerin kredi değerliliği ve on beş tanesi de teminatların yeterliliğini kredi analizinde önemli unsurlar olarak belirtmişlerdir. Bunun yanında özel bankalardan beş tanesi diğer cevabını vermiştir. Bu bölümde belirtilen analiz unsurları, firma ve ortaklarının moraliteleri, ödeme güçleri, firmaların öz kaynakları, net satışları ve mali analizdir (kar-zarar, gelir-gider dengeleri).

Burada da görüldüğü üzere bankalar, firmaların kredi taleplerini değerlendirmede kullandıkları analizlerde yoğun olarak, firma ve ortak ya da sahiplerinin kredi değerlilikleri ve ticari prestijleri ile kefil ve kefaletlerin değerlilikleri üzerinde durmaktadırlar. Bankalar, bunun nedeni olarak ise, mevcut piyasa risklerini ve firma taleplerini göstermektedirler.

3.2.5.2. Maliyet Analizi:

Anket formunda 13. ve 14. sorularda “Maliyet analizi yapıyor musunuz? Yapıyorsanız bu bankanızın hangi birimi tarafından yapılıyor” şeklindeki soruya verilen yanıtlardan bankaların tamamının kredi kullandırılmasında maliyet analizi yapmakta oldukları görülmüştür. Bu bankalardan on tanesinde maliyet analizi kredinin yetki limitine girdiği birim tarafından yapılırken, beş özel bankada pazarlama departmanı tarafından gerçekleştirilmekte, biri kamu diğer ikisi özel banka olmak üzere üç bankada ise tahsis koşulu ne olursa olsun Krediler Müdürlükleri tarafından yapılmaktadır. Bir özel bankada ise Maliyet analizinin Denetim ve Muhasebe departmanlarınca yapıldığı görülmektedir.

3.2.5.3. Maliyet Analizi Uygulamaları

Kurumsal kredilerin kullandırılmasında maliyet analizinin nasıl yapıldığının sorulmasındaki amaç, fiyatlandırmada en önemli faktörlerden biri olan maliyetlerin analiz şeklini ortaya çıkarmaktır. Tablo 3.11. maliyet analizinde nasıl bir yol izlendiğinin dağılımını göstermektedir.

Tablo 3.12. Maliyet Analizi Uygulamaları

| Yapılan Maliyet Analizinin Şekli | Bankaların Türleri | | |
|--|--------------------|-------------|--------|
| | Kamu Sayı % | Özel Sayı % | Toplam |
| Kredi türlerine göre | 3 23.07 | 10 76.92 | 13 |
| Aynı tür krediler için her bir kullandırmada | 1 11.11 | 8 88.88 | 9 |
| Aynı tür krediler için müşteri bazında | 1 10.00 | 9 90.00 | 10 |
| Diğer | - - | 3 100.00 | 3 |
| Toplam | 5 14.28 | 30 85.71 | 35 |

Uygulamaya konu olan bankalardan tamamı kredi tahsisinde maliyet analizi yapmaktadırlar. Bu bölüme cevap veren on dokuz bankadan on tanesi maliyet analizini kredi türlerine göre yapmaktadır. Dokuz özel banka; kredi türlerinin yanı sıra müşteri ve proje bazında da maliyet analizi yapma yoluna gitmektedir. Kamu bankalarının tamamı ise kredi türlerine göre maliyet analizi yapmakla birlikte bir kamu bankası her bir kredi kullanımında maliyet analizi yapmakta, diğer biri ise müşteri bazında da maliyet analizi yapmaktadır.

Ayrıca diğer seçeneğini işaretleyen üç bankadan alınan cevaplarda ise, her ikisinde de benzer şekilde olmak üzere, firmaların sektördeki payları ve etkinlikleri, yıllar itibariyle kar dağılımları, mali yapıları ve faaliyet ve iştilal konularının da tabloda yer alan seçeneklerin yanı sıra maliyet analizinde belirleyici etkenler olarak görülmektedir.

3.2.5.4. Kredi Değerliliği

Kurumsal kredi müşterilerinin kredi değerliliğinin belirlenme yöntemi, bankanın müşterileri tanımlama biçimlerini ortaya çıkarmaktadır. Bu sorunun sorulmasındaki amaç, bankanın müşterilerini hangi kriterlere göre sınıflandırdıklarını göstermektedir. Tablo 3.15. kredi değerliliğinin hesaplanması ile ilgili dağılımı göstermektedir.

Tablo 3.13. Kredi Değerliliği

| Firmaların kredi değerliliğini hesaplama şekli | Bankaların Türleri | | | | |
|---|--------------------|--------------|-----------|--------------|-----------|
| | Kamu Sayı | % | Özel Sayı | % | Toplam |
| Eski kredilerini ödemelerindeki duyarlılıklarına göre | 3 | 17.64 | 14 | 82.35 | 17 |
| Teminatların değerliliğine göre | 3 | 17.64 | 14 | 82.35 | 17 |
| Mevcut riskleri ödemelerindeki tutumlarına göre | 3 | 17.64 | 14 | 82.35 | 17 |
| Diğer | 2 | 20.00 | 8 | 80.00 | 10 |
| Toplam | 11 | 18.03 | 50 | 81.96 | 61 |

Araştırmaya konu olan kamu bankalarının tamamı kredi değerliliğinin hesaplanmasında geçmişteki duyarlılıklarını mevcut ödeme davranışlarını ve teminatların değerliliğini göz önüne almakla birlikte iki kamu bankası firmaların verimliliklerini de inceleme konusu yapmaktadır.

Özel bankaların ise tamamı yüzdesel oranlarının tabloda görüldüğü üzere, kredi değerliliğini hesaplamada firmaların eski kredilerini ödemelerindeki duyarlılıklarını, teminatlarının yeterliliğini ve mevcut riskleriyle ilgili tutumlarını göz önünde bulundurmaktadırlar. Bunun yanında sekiz özel bankadan diğer seçeneği ile alınan cevaplarda ise, kredi değerliliğinin hesaplanmasında piyasa koşullarının ve firmaların öz kaynaklarının aktifini karşılama durumlarının ve büyük ölçüde firmaların mali yapılarının önem kazandığı görülmektedir. Ayrıca bir özel banka firmanın piyasa itibarının ve ortaklarının kredibilitesinin de mali kredi değerlilik ölçütü olduğunu vurgulamaktadır.

3.2.6. KURUMSAL KREDİLERİN PAZARLANMASINDA KARŞILANMASI GEREKEN RİSKLERLE İLGİLİ BULGULAR VE YORUMU

Soru formunun bu bölümünde risklerin nasıl karşılandığını öğrenmeye yönelik sorular sorulmuştur.

3.2.6.1. Kurumsal Kredilerin Teminatları

Kurumsal kredilerin hangi tür teminatlar karşılığında kullanıldığının sorulmasındaki amaç yüksek risk içeren bu tür bir bankacılık işleminde bankaların gösterdikleri hassasiyeti belirlemektir.

Tablo 3.14. Kurumsal Kredilerin Teminatlarının Banka Türlerine Göre Dağılımı

| Kullandırılan kurumsal kredilerin teminatları | Bankaların Türleri | | | | Toplam |
|---|--------------------|-------------|----|-------|--------|
| | Kamu Sayı % | Özel Sayı % | | | |
| Çekler | 2 | 11.11 | 16 | 88.88 | 18 |
| Senetler | 3 | 16.66 | 15 | 83.33 | 18 |
| Gayrimenkul ipoteği | 3 | 16.66 | 15 | 83.33 | 18 |
| Teminatsız | 1 | 100.00 | - | - | 1 |
| Diğer | 2 | 16.66 | 10 | 83.33 | 12 |
| Toplam | 11 | 16.41 | 56 | 73.58 | 67 |

Çalışmaya konu olan bankaların tamamı kredilerinin teminatı olarak çek, senet ve gayrimenkul ipoteğini kabul etmektedirler. Bunun yanında kamu bankalarından bir tanesi, müşterinin ve projenin verimliliği koşulu ile hiç teminatsız da kredi kullanılabilmektedir. Teminatlarla ilgili olarak sorulan sorunun son şikkında yer alan diğer seçeneği ise ikisi kamu bankası ve on tanesi ise özel banka olmak üzere toplam on iki kişi tarafından cevaplandırılmıştır.

Diğer seçeneğini işaretleyen bankaların bu bölümde verdikleri cevaplar banka türü ya da cevap şekli açısından ayırım yapmaksızın; T.L. mevduat ve Döviz Tevdiat Hesaplarından ayrılan nakit karşılıkların blokajı, menkul kıymet rehni ve işletme rehni şeklinde olmuştur.

3.2.6.2. Kullandırılan Kredilerin Vadeleri

Kredilerin vadeleri müşterilerle gerçekleşecek ilişkilerin niteliklerini ve kullandırılan kurumsal kredilerin özelliklerini belirleyen “ Kurumsal krediler yoğun olarak hangi vadelerde kullandırılıyor?” sorusu ile elde edilen bulgular tablo 3.5’te görülmektedir.

Tablo 3.15 Kullandırılan Kredi Vadelerinin Banka Türlerine Göre Dağılımı.

| Banka türleri | Kısa Sayı % | Orta Sayı % | Uzun Sayı % | Toplam |
|---------------|----------------|----------------|----------------|--------|
| Kamu | 2 66.66 | 1 33.33 | - - | 3 |
| Özel | 14 87.50 | 2 12.50 | - - | 16 |
| Toplam | 16 84.21 | 3 15.78 | - - | 19 |

Kısa, orta ve uzun vadeler olarak belirlenen kredi vadelerinden; kamu bankaları da, özel bankalar da kısa ve orta vadeli kredi kullandırmayı tercih etmektedirler. Bunun yanında orta ve uzun ya da kısa ve orta vadeli kredilerin kullandırılıp kullandırılmadığının belirlenmesi amacıyla yer verilen diğer seçeneği hiçbir banka tarafından işaretlenmemiştir.

Burada da açıkça görülmektedir ki bankalar; riski en alt seviyede tutmak ve paranın dönüşüm hızını arttırmak gibi sebeplerden dolayı orta ya da uzun vadeli krediler yerine çoğunlukla kısa vadeli krediler kullandırmayı tercih etmektedir.

3.2.6.3. Akreditif İşlemleri

“Akreditif işlemlerinde ülke ayrımı yapıyor musunuz?” Sorusunun sorulmasındaki amaç, kredi işlemlerinde risk faktörünün ne derece önem taşıdığını ortaya koymaktır. Tablo 3.16. akreditif işlemlerinde yapılan ülke ayrımının dağılımını göstermektedir.

Tablo 3.16 Akreditif İşlemlerinde Yapılan Ayrımın Banka Türlerine Göre Dağılımı.

| Banka türleri | Evet | | Hayır | | Bazen | | Toplam |
|---------------|------|-------|-------|-------|-------|------|--------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | |
| Kamu | 2 | 66.66 | 1 | 33.33 | - | - | 3 |
| Özel | 12 | 75.00 | 3 | 18.75 | 1 | 6.25 | 16 |
| Toplam | 14 | 73.68 | 4 | 21.05 | 1 | 5.26 | 19 |

Bankaların % 73.68'lik bölümü akreditif işlemlerinde ülke ayrımı yapmaktadırlar. % 21.05'lik kısmını oluşturan dört banka ayırım yapmamakta, kalan % 6.25'lik kısmını oluşturan bir banka ise akreditifin gerçekleştirileceği ülkenin ekonomik koşullarının çok riskli olmaması şartıyla ülke ayrımı yapmadan akreditif işlemini gerçekleştirmektedir.

Ayırım yapan bankalar, bunun nedeni olarak "Kambiyo Mevzuatını" göstermekte, en riskli ülkeler olarak ise Arap Ülkelerini görmektedirler.

3.2.7. KREDİLENDİRME SONRASI MÜŞTERİLERİN İZLENMESİ İLE İLGİLİ BULGULAR VE YORUMU

Soru formunun bu bölümü risk içeren kredilerin tasfiye şekilleri ile ilgili açık uçlu sorulardan oluşmuştur.

3.2.7.1. Kredileri Takibe Alma Politikaları: Anket formunda yer alan 20 numaralı "kredileri takibe alma politikalarınız nelerdir?" sorusuna verilen cevapların tamamı aynı olup, cevaplar " 11.01.1998 tarihli resmi Gazete'de yayınlanan 97/10497 sayılı Banka Kredilerinin Niteliklerine uygun muhasebeleştirilmesi Değerlendirilmesi ve Kredi Karşılıkları Hakkında karar doğrultusunda" şeklindedir.

Kredilerin takibe alınmasını gerektiren koşullar maddeler halinde şu şekilde özetlenebilir;

- anapara ve faizinin vadesinde ödenmeyip 30 gün tahakkuk hesaplarında beklemesi,
- firma hakkında başka kurum ya da kuruluşların takibe geçtiğinin öğrenilmesi,
- mal kaçırma,
- firmanın ödeme güçlüğüne düşmesi,
- firmanın çek yasağına girmesi,
- firmanın iflas etmesi

durumlarından biri ya da birkaçı söz konusu olduğunda bankalar, kredileri takibe alırlar.

3.2.7.2. Takip Şekilleri

Takibe alma şekilleri ise yine tüm bankalar için aynı olmak üzere; öncelikle verilen teminatların nakde dönüştürülmesi sağlanır, eğer bu mümkün olmaz ise haciz ve iflas kararı aldirılarak borçların tasfiyesi yoluna gidilir. Bu süreç içinde sırasıyla; idari ve kanuni takibe geçme aşamaları izlenir.

3.2.7.3. Karşılıklar

22. soruda yer alan “takipteki kredileriniz için nasıl karşılık ayırıyorsunuz?” sorusunun cevabı ise gerek kamu bankası, gerekse özel bankalar için aynı olup; “11.01.1998 tarih, 232275 numaralı Kanun Hükmünde Kararname Uyarınca takipteki tüm krediler için % 100 karşılık ayrılmaktadır.” şeklindedir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz ekonomi politikalarında göze çarpan istikrarsızlıklar artan işletme iflaslarıyla sonuçlanmakta bu da, doğrudan kredi pazarlayan ticari bankalara yansımaktadır. Bankaların, bu durumlarda ortaya çıkan kayıpları önlemede ya da en aza indirmede sahip oldukları olanakların başında pazara yönelik örgütlenmelerinin geldiği belirtilmelidir.

Etkin bir pazarlama ve yönetim politikası izleyen ticari bankaların, kredilerdeki başarısızlık durumlarını baş gösterdiği anda çözüme ulaştırması kaçınılmazdır. Bu süreçte kredi müşterisi firmalarla yakın ilişkiler içerisinde olan bankalar, başarısızlığın baş gösterdiği andan iflas anına kadar olan sürede gerekli önlemleri alabilmekte ve riskleri en aza indirebilmektedirler.

Bilindiği gibi son yıllarda bankacılık sektöründe gözle görülür gelişmeler olmuştur. Banka türün ve hizmet yelpazelerindeki bu gelişmeler genel olarak kurumsal kredilendirme sürecini de etkilemiştir. Kredi portföyüne alınan firmaların kalitesi ve verimliliği banka kredilerinin başarısının temel nedeni olarak görülmektedir. Zira son yıllarda görülen banka iflaslarının çoğunluğu hatalı kredi kararlarına bağlanmaktadır. Bunun yanında, çeşitli iş kollarındaki büyüme olanakları ve karlılık durumlarının değerlendirilmesi, verimli projelerin belirlenmesi ve bu projeleri gerçekleştiren firmalara hizmet paketinin sunulması bankaların uzun süreli başarılarında rol oynamaktadır.

Pazarlama kavramını kredi politikalarında hareket noktası olarak kabul eden bankalar, günün gelişen piyasa koşullarına daha kolay uyum sağlayabilmekte ve iş akışlarını ve örgüt yapılarını değişen müşteri gereksinimlerine uygun şekilde yürütme imkanı bulabilmektedirler.

Bu aşamada etkin bir pazarlama politikası geliştirmenin ve uygulamanın önemi ortaya çıkmaktadır. Etkin bir pazarlama politikasının uygulanması banka ile müşteri arasında sürekli bir etkileşim gerektirmektedir. Böylece banka kredi ilişkisinde bulunduğu müşteriyi sürekli izleme ve meydana gelebilecek risk durumlarını zamanında tespit ederek önlem alma olanağına sahip olacaktır.

Çalışmanın uygulama kısmında da görüldüğü üzere bankalar, kredi ilişkisinde buldukları müşteri gruplarını belirli süreler içinde kalmak şartıyla izlemektedirler. Fakat bu doğrudan bir

iletişim sürecini dogurmamakta, gözlemler yalnızca bilgisayar ortamında bankaya ulaşan bilgiler ya da herhangi bir risk söz konusu değil ise yılda bir kez yapılan düzenli istihbaratlar sonucunda elde edilmektedir. Oysa kredilendirme öncesinde firma hakkında belirli bilgilere ulaşan banka yönetimi, tüm kredi sürecinde bu müşterilerle bağlantılarını sürdürmek durumundadır. Kredi riskinin en aza indirilmesi bakımından bu tür uygulamaların gerçekleştirilmesinde fayda görülmektedir. Zira, bankanın bir kredi müşterisini dilediği zaman portföyünden çıkarma olanağı yoktur. Bu nedenle hem kredilendirme öncesi hem de vade sonuna kadar geçen süreç içerisinde müşterilerle görüşmelerin sürdürülmesi ve riskli durumların zamanında ortaya çıkarılması hem kredinin geri dönmeme riskini azaltacak, hem de ilişkilerin sağlıklı şekilde yürütülmesini sağlayacaktır.

Çalışma sonucunda ulaşılan sonuçlar açısından, ticari bankaların kredi pazarlamada başarıyı yakalayabilmesine ilişkin olarak aşağıda sıralanan noktalara önem vermelerinin yarar sağlayacağı söylenebilir. Bunlar;

- Banka sağlıklı ve etkin bir pazarlama politikası belirlemelidir.
- Daha çok Genel Müdürlük birimlerince gerçekleştirilen pazarlama uygulamalarına banka şubelerinin de etkin olarak katılımı ve müşteri firmalarla bire bir iletişimin artırılması sağlanmalıdır.
- Ticari bankalarda daha çok kredi servislerinde çalışan memurlar tarafından yürütülen pazarlama uygulamalarının kredi konusunda uzman ve görevi kredi pazarlama departmanlarınca tanımlanan kişilerce gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır.
- Krediler olabildiğince farklı sektörlere dağıtılarak sektör riskleri en aza indirilmeye çalışılmalıdır.
- Kredi taleplerinin değerlendirilmesinde gerçekleştirilen istihbarat çalışmalarının daha çok finansal tekniklere dayandırılarak uzman kişilerce gerçekleştirilmeye çalışılmalıdır.
- Kredi faizleri ve geri ödeme şartları müşterilerin geri ödeme güçlerine bağlı olarak belirlenmelidir.

- Sorunlu kredilerin ortaya çıkması halinde portföy riskinin artmasını önlemek amacıyla bu tür kredilere yönelik verim artırıcı çaba gösterilmeli ya da gerekli durumlarda bu tür kredilerin tasfiyesi yoluna gidilmelidir.

- Kurumsal kredilerin hedef kitlesi belirli gruplar, sektörler ya da firmalar olduğundan kitle iletişim araçları ile yapılan reklam ve diğer tutundurma politikaları bu tür krediler için etkin bir pazarlama politikası oluşturulmasında yeterli olmayacaktır. Bu nedenle bu gruplara yönelik etkin bir pazarlama politikasının yürütülmesi ancak kurumsal müşterilere yönelik yapılan reklamlar ve bireysel pazarlama yöntemleri ile gerçekleştirilebilecektir. Bu durumda sektör dergilerinde yayınlanan tanıtıcı reklamlar, makaleler vb. yöntemler hedef kitlelere ulaşılması açısından önem taşımaktadır.



KAYNAKLAR

- Aras, G, (1996), **“Ticari Bankalarda Kredi Portföyünün Yönetimi”**, Ankara, Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları,
- Ataş, N., **“Banka İşletmeciliği ve Tatbikati”**, Tb.
- Bascom, W. O., **“Bank Management and Supervision in Developing Financial Markets”**, Tb.
- Basık, F. O. (Doç.Dr.), (1987), **“Ticari Bankalarda Bütçeleme ve Maliyetleme”**, İstanbul, Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. Bankacılık Araştırmalar Dizisi.
- Berk, N., (1990), **“Finansal Yönetim”**, İstanbul, Bilim Teknik Yayınları,
- Berk, N., (1985), **“Bankacılığın Dışa Açılması ve Dış Kredi İlişkileri”**, İstanbul, Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü Bankacılık Araştırmaları Dizisi.
- Berk, N., (1987), **“Bankalarda Pazara Yönelik Kredi Yönetimi”**, İstanbul, Esbank Yayınları.
- Borçlu Cari Hesaplar**, Türkiye İş Bankası A.Ş. Yayınları, (1999), Ankara.
- Canals, J., (1997), **“Universal Banking-International Comparisons and Theoretical Perspectives”**, Clarendon Press.
- Geylan, R., (1985), **“Ticari Banka Yönetimi ve Türk Ticari Bankalarının Temel Yönetim Sorunları”**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Yayınları
- Hempel, G. H., Coleman, A.B., Simonson D. G., (1994) **“Bank Management, Text and Cases ”**, John Wiley & Sons Inc., Newyork.
- Kocaimamoğlu, S., (1985), **“Bankacılık Ansiklopedisi”**, Ankara, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Mali Tahlil, İstihbarat, Hukuk**, (1999), Ankara ,Türkiye İş Bankası A.Ş. Yayınları.

McNaughton, D., **“Building Strong Management and Responding to Change”**, World Bank ,Washington , (Tb)

Onaran, M. H., **“Para Banka ve Kredi-Temel Prensipler”**, Ankara (Tb).

Özalp, İ., (1986), **“Banka Şubasi Organizasyonu”**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi İİBF Yayınları.

Senetler , (1999), , Ankara , Türkiye İş Bankası A.Ş. Yayınları.

Teminat Mektupları, (1999), Ankara, Türkiye İş Bankası A.Ş. Yayınları.

“Ticari Krediler”, Emlak Bankası Eğitim Müdürlüğü Yayınları, (1998), Toprak, Mutlu, İstanbul.

90’lı Yıllarda Türk Bankacılığının Gündemindeki Konular ve Öneriler, Sempozyumu, (Şubat 1990), İstanbul, Türkiye Bankalar Birliği.

Usta, M.,**“Kredi Çeşitleri”**, (1991), Pamukbank Eğitim Yayınları, İstanbul, (a)

Usta, M, **“Temel Kredi Bilgileri”**, (1991), Pamukbank Eğitim Yayınları, İstanbul, (b).

Uzkesici, N., (1994), **“Modern Banka Yönetimi ve Organizasyonu”**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.

EKLER

EK.1

25.Ekim.1999

Sayın İlgili,

1996 yılından beri Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsüne bağlı olarak Yüksek Lisans yapmaktayım.

Tez konum "Ticari Bankalarda Kurumsal Kredilerin Pazarlanmasıdır." Tez çalışmamın önemli bir kısmını oluşturan alan araştırması, "Bankalarda kredi pazarlama politikalarının uygulama biçimlerini" ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Konuya ilişkin geliştirdiğimiz soru formunun doldurulmasına yardımcı olmanız, araştırmanın sağlığı açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle ekte gönderdiğimiz soru formlarının bankanızda bu konuda en yetkin kişilerce doldurulup gönderilmesini önemle rica ederiz.

Ek Açıklamalar :

1. Soru formlarına isim yazılmamasını rica ederiz. Cevapların istatistiksel değerlendirmeleri ve sonuçları tez çalışması tamamlandıktan sonra rapor olarak size gönderilecektir.
2. Tez çalışmasında banku isimlerinin hiçbir şekilde kullanılmayacağını ve bu çalışma dışında kullanılmak üzere verilen cevapların üçüncü kişilerin bilgisine ve kullanımına sunulmayacağını taahhüt ederiz.
3. Cevaplarınızın koyu renk bir tükenmez kalemle ya da dolma kalemle yazılmış olması okunma açısından önemlidir.
4. Soru formunu doldurduktan sonra size bu formla birlikte gönderilmiş olan ismi ve adresi yazılı zarfa koyarak veya verilen fax numarasına en geç 19 Kasım 1999 tarihine kadar geri göndermenizi rica ederiz.

İLGİNİZE TEŞEKKÜR EDERİZ.

Yüksek Lisans Öğrencisi
Sibel TURGUT

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Serdar TETİK

ADRES : Sibel TURGUT
Akdeniz Üniversitesi Kampüsü,
İ.İ.B.F. ,İşletme Bölümü
07058 Dumlupınar Bulvarı, ANTALYA

FAX: 0.242.345 25 49 TEL : 0.532.235 30 20

BANKA ADI :

1. Bankanız tarafından kullanılan ticari kredilerin hedef pazarı hangi tür müşterilerden oluşuyor?

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler
- Sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmeler
- Turizm dışında kalan hizmet sektörü
- Tarım alanında faaliyet gösteren işletmeler
- Ayrım yapmıyoruz
- Diğer (.....)

2. Kredi pazarlama politikalarınız şubeler tarafından mı geliştiriliyor?

- Evet
- Hayır
- Bazen

(Nedenlerini kısaca açıklayınız.)

.....

3. Bankanızda kredi tahsisine yetkili organ veya organlar hangileridir?

(Birden fazla organ söz konusuysa maddeler halinde yazınız.)

.....

4. Kullandığınız ticari kredilerin teminatları nelerden oluşuyor?

(Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz.)

- Çekler
- Senetler
- Gayrimenkul ipoteği
- Hiç teminat almıyoruz
- Diğer (.....)

12. Kullandırıyorsanız kıstasları nelerdir?

.....

13. Maliyet analizi yapıyor musunuz?

- Evet Hayır Bazen

14. Yapıyorsanız bu bankanızın hangi birimi tarafından yapılıyor?

.....

15. Maliyet analizini nasıl yapıyorsunuz?

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- Kredi türlerine göre
 - Aynı tür krediler için her bir kullanım bazında
 - Aynı tür krediler için müşteri bazında

16. Türk Lirası teminat mektubu komisyon oranlarınız nelerdir?

(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)

- 0 %1 - %50 %51 - %100 %101 - Diğer (.....)

17. Akreditif işlemlerinde ülke ayrımı yapıyor musunuz?

- Evet Hayır

(Nedenlerini kısaca açıklayınız.)

.....

18. Kredi ilişkisinde bulunduğunuz müşterilere her yıl düzenli olarak istihbarat yapıyor musunuz?

- Evet Hayır Bazen

19. İstihbarat işlemleri dışında müşterilerin sorunlarını yerinde görme ve çözüm getirme gibi çabalarda bulunuyor musunuz?

.....

