



**KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ULUSLARARASI TİCARETTE AKREDİTİFLİ ÖDEMELER, BU ÖDEME
YAKLAŞIMA YÖNELİK İŞLETMELERİN İHRACAT DAVRANIŞI VE
KONYA'DAKİ İHRACATÇILAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Nur Selin ATEŞ

Yüksek Lisans Tezi

**KONYA
Nisan 2023**

ULUSLARARASI TİCARETTE AKREDİTİFLİ ÖDEMELER, BU ÖDEME
YAKLAŞIMINA YÖNELİK İŞLETMELERİN İHRACAT DAVRANIŞLARI VE
KONYA'DAKİ İHRACATÇILAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Nur Selin ATEŞ

KTO Karatay Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalı
Tezli Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Murat CANİTEZ

Konya
Nisan 2023

BİLDİRİM

Enstitü tarafından onaylanan Yüksek Lisans/Doktora tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını basılı veya dijital biçimde arşivleme ve aşağıda belirtilen koşullar dahilinde erişime açma iznini KTO Karatay Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle, Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak ve gelecekteki çalışmalar (makale, kitap, lisans, patent vb.) için tezimin tamamının veya bir bölümünün kullanım hakları yalnızca bana ait olacaktır.

Tezimin bütünüyle kendi çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izinle kullanılması zorunlu olan kaynakları, yazılı izin alarak kullandığımı ve istenildiğinde izinlerin suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayımlanan “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge” kapsamında, tezim, aşağıda belirtilen koşullar haricince, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve KTO Karatay Üniversitesi Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir.¹
- Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... ay **en fazla 6 ay** ertelenmiştir.²
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir.³⁴

25 Nisan 2023

İmza

Nur Selin ATEŞ

¹ MADDE 6(1) Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

² MADDE 6(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

³ MADDE 7(1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

⁴ MADDE 7(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez/Proje Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak Prof. Dr. Murat CANITEZ danışmanlığında tarafımdan üretilen bu tez/proje çalışmasında; sunduğum tüm veri, enformasyon, bilgi ve belgeleri bilimsel etik kuralları çerçevesinde elde ettiğimi, tüm değerlendirme, analiz, bulgu ve sonuçları bilimsel usullere uygun olarak sunduğumu, tez/proje çalışmasında yararlandığım kaynakların tümüne bilimsel normlara uygun biçimde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, tezimin/projemin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

25 Nisan 2023

İmza

Nur Selin ATEŞ

Bu çalışma merhum İlksen Yumrukçağlar adına ithaf edilmiştir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleőmesinde, değerli bilgilerini benimle paylaőan, bana kıymetli zamanını ayırıp sabırla ve büyük ilgiyle faydalı olabilmek için elinden geleni yapan, samimiyetini ve güler yüzünü esirgemeyen ve kullandığı her kelimenin hayatıma kattığı önemi asla unutmayacağım saygıdeğer danışman hocam; Prof. Dr. Murat CANİTEZ'e teőekkürü borç biliyor ve őükranlarımı sunuyorum. Çalışmam boyunca benden desteğini esirgemeyen Sude TİRAKİ, İbrahim Hakkı ERDURAN, aileme ve arkadaşlarıma sonsuz teőekkürlerimi sunuyorum.

25 Nisan 2023

Nur Selin ATEŞ

ÖZET

Nur Selin ATEŞ

Uluslararası Ticarete Akreditifli Ödemeler, Bu Ödeme Yaklaşımına Yönelik
İşletmelerin İhracat Davranışı ve Konya'daki İhracatçılar Üzerine Bir Araştırma

Yüksek Lisans Tezi

Konya, 2023

Günümüzde ülkeler mal, hizmet ve ekonomik ilişkilerde bulunur. Bunun nedeni ise dış ticaretin taraflara fayda sağlama potansiyeli taşımasıdır. Dış ticaret kendi içinde ithalat ve ihracat olmak üzere iki bölüme ayrılır. Dünya pazarında geniş bir şekilde yer alan ithalat ve ihracat kavramları, ülke ekonomisinin gidişatını belirleyen önemli iki olgudur. Bu iki olgunun sağlanması için dış ticarete birden fazla ödeme yöntemi bulunmaktadır. Bunlar; Peşin ödeme yöntemi, vesaik mukabili ödeme yöntemi, mal mukabili ödeme yöntemi ve akreditifli ödeme yöntemi olarak ele alınmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, ihracat yapan firmaların akreditifli ödeme yöntemine yönelik yaklaşımını araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda yapılan hipotezler, Konya ilinde ihracat yapan firmalara anket yoluyla gönderilip elde edilen verilere göre; bağımsız örneklem t-testi, tek örneklem ANOVA testi, post-hoc testi, varyans homojenliği testi, korelasyon testi ve regresyon analizi test edilmiştir. Test edilen analizler sonucunda örnekleme ele alınan firmaların akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi durumunda ihracatın sürekliliği, tecrübesi, departmanın varlığı, ülke sayısı ve akreditife yönelik bilgi seviyesinin etkili olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler

Akreditif, ithalat, ihracat, firma davranışı

ABSTRACT

Nur Selin ATEŞ

A Research on Letter of Credit Payments in International Trade, Export Behavior of
Businesses Towards This Payment Approach and Exporters in Konya

Master's

Konya, 2023

Today, countries engage in goods, services and economic relations. The reason for this is that foreign trade has the potential to benefit the parties. Foreign trade is divided into two parts as import and export. The concepts of import and export, which are widely used in the world market, are two important facts that determine the course of the country's economy. There are more than one payment method in foreign trade to ensure these two phenomena. These; Cash payment method is handled as payment method against documents, payment method against goods and payment method with letter of credit.

The aim of this study is to investigate the approach of exporting companies towards the letter of credit payment method. The hypotheses made for this purpose were sent to the exporting companies in Konya through a questionnaire and according to the data obtained, independent sample t-test, single sample ANOVA test, post-hoc test, homogeneity of variance test, correlation test and regression analysis were tested. As a result of the analyzes tested, it has been seen that the continuity of exports, experience, the existence of the department, the number of countries and the level of knowledge about the letter of credit are effective if the companies in the sample prefer the payment method with letter of credit.

Keywords

Letter of credit, imports, export, firm behavior

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
ETİK BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii
SİMGELER DİZİNİ	xiii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiv
1. GİRİŞ	1
1.1. Uluslararası Ticarete Peşin Ödeme Yöntemi	3
1.1.1. Peşin Ödeme Yönteminin Özellikleri.....	4
1.1.2. Peşin Ödeme Yönteminde Kambiyo Yükümlülüğü	4
1.1.3. Peşin Ödeme Türleri.....	5
1.2. Uluslararası Ticarete Mal Mukabili Ödeme Yöntemi.....	6
1.3. Uluslararası Ticarete Vesaik Mukabili Ödeme Yöntemi	6
1.3.1. Vesaik Mukabili Ödeme İşleminin Tarafları.....	7
1.3.2. Vesaik Mukabili Ödeme Çeşitleri	8
1.4. Uluslararası Ticarete Akreditifli Ödeme Yöntemi	10
1.5. Uluslararası Ticarete Kabul Kredili (Poliçeli) Ödeme Yöntemi.....	10
1.6. Uluslararası Ticarete Pre-Finansman ile Ödeme Yöntemi.....	10
1.7. Uluslararası Ticarete Akreditifler ve Temel İşlevleri	11
1.7.1. Akreditif Çeşitleri ve Özellikleri	11
1.7.2. Akreditifli Ödemelerde Taraflar	15
1.7.3. Akreditifli Ödemelerin Temel İşlevleri	16
1.8. Akreditifli Ödeme Yönteminde Yeknesak Kurallar ve UCP-600.....	16
2. İHRACATTA FİRMA DAVRANIŞLARI VE ÖDEME YÖNTEMLERİNİN FİRMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNE ETKİSİ.....	18
2.1. İhracat ve İhracatta Firma Davranışları Kavramları.....	18
2.1.1. İhracat Kavramı ve İçeriği	18

2.1.2. İhracatta Firma Davranışı Kavramı ve İçeriği	19
2.2. İhracatta Firma Davranışları Literatürü ve İhracatta Firma Davranışlarını Etkileyen Faktörler	19
2.2.1. İhracatta Firma Davranışlarıyla İlgili Literatür	19
2.2.2. İhracatta Firma Davranışlarını Etkileyen Faktörler	21
2.3. Firmalar İçin Aktif ve Pasif İhracat Davranışları	22
2.3.1. Firmaların Aktif İhracat Davranışları	22
2.3.2. Firmaların Pasif İhracat Davranışları	22
3. AKREDİTİFLİ ÖDEME YÖNTEMİNİN KONYA'DAKİ İHRACATÇI İŞLETMELERİN İHRACATTAKİ FİRMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNE ARAŞTIRILMASI.....	24
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	24
3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	24
3.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları.....	28
3.4. Araştırmada Evren ve Örneklem	28
3.5. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama	28
3.6. Verilerin Analizi.....	29
3.6.1. Tanımlayıcı İstatistikler	29
3.6.2. Güvenirlilik Analizi	30
3.6.3. Ölçeklerin Özet İstatistikleri.....	31
3.6.4. Ölçek Skorlarının Normallik Analizi	34
3.6.5. Verilerin Görselleştirilmesi	37
3.6.6. Hipotez Testleri	39
3.7. Bulgular	65
4. SONUÇ VE ÖNERİLER	69
KAYNAKLAR	72
ÖZGEÇMİŞ	75
EK 1: ANKET FORMU	76

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1. Katılımcıların Personel Sayısı	29
Tablo 2. Katılımcıların İhracat Payı.....	30
Tablo 3. Katılımcıların İhracat Yaptığı Ülke Sayısı	30
Tablo 4. Güvenilirlik Analizi	31
Tablo 5. Katılımcıların İhracat ve İç Satışa Bakış Açısı	31
Tablo 6. Katılımcıların İhracattaki Finansman Kaynakları.....	32
Tablo 7. Katılımcıların İhracat Açısından Sorun Olabilecek Faktörleri	33
Tablo 8. Normallik Testi	35
Tablo 9. Tanımlayıcı Tablo.....	36
Tablo 10. Bağımsız Örneklem Testi	40
Tablo 11. Bağımsız Örneklem Testi	40
Tablo 12. Bağımsız Örneklem Testi	41
Tablo 13. Varyansların Homojenliği Testi.....	42
Tablo 14. ANOVA Testi	43
Tablo 15. Varyansların Homojenliği Testi.....	44
Tablo 16. ANOVA Testi	44
Tablo 17. Varyansların Homojenliği Testi.....	45
Tablo 18. ANOVA Testi	45
Tablo 19. Çoklu Karşılaştırma Testleri	46
Tablo 20. Çoklu Karşılaştırma Testleri.....	46
Tablo 21. Çoklu Karşılaştırma Testleri.....	47
Tablo 22. Çoklu Karşılaştırma Testleri.....	47
Tablo 23. Çoklu Karşılaştırma Testleri.....	47
Tablo 24. Katsayı	48
Tablo 25. ANOVA Testi	49
Tablo 26. Katsayı	50
Tablo 27. Katsayı	50
Tablo 28. Katsayı	51
Tablo 29. Katsayı	52
Tablo 30. Katsayı	52
Tablo 31. Katsayı	53
Tablo 32. Katsayı	54

Tablo 33. Katsayı	55
Tablo 34. Katsayı	55
Tablo 35. Katsayı	56
Tablo 36. Katsayı	57
Tablo 37. Katsayı	57
Tablo 38. Katsayı	58
Tablo 39. Katsayı	59
Tablo 40. Katsayı	60
Tablo 41. Katsayı	60
Tablo 42. Katsayı	61
Tablo 43. Katsayı	62
Tablo 44. Katsayı	63
Tablo 45. Katsayı	63
Tablo 46. Katsayı	64
Tablo 47. Katsayı	65
Tablo 48. Firmaların Ödeme Yöntemine Göre Davranışı.....	67
Tablo 49. Firmaların Akreditifli Ödeme Yöntemine Göre Davranışı.....	68

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. İhracatçı Açısından Oluşan Risk Değişkenleri	1
Şekil 2. İthalatçı Açısından Risk Değişkenleri	2
Şekil 3. Araştırma Modeli	27

SİMGELER DİZİNİ

Simge	Açıklama
Ψ	Psi fonksiyonu
Φ_{nm}^{ab}	Kuvvet parametreleri matrisi

KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltma	Açıklama
DBT	Döviz Beyan Tutanağı
ISBP	International Standart Banking Practies
TVS	Türkiye Vergi Sistemi
UCP	Uniform Custom and Practise

1. GİRİŞ

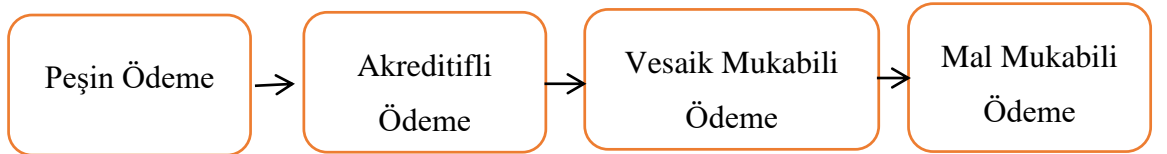
Dış ticarete ülkelerin kendi aralarında avantaj ve fayda sağlayabilmesi için en önemli bölümlerden biri de uluslararası ticarete ödeme yöntemleridir. Ticaret yapan ve bu faaliyetlerle ilgilenen her ülke, şirket ya da kişi için geçerli olan esas kısım, ticari etkinliklerden yüksek kar kazanmaktır. Bu sebeple; uluslararası ticarete rol alan alıcı ve satıcılar, ticari etkinliklerinde kendileri için en çok yarar sağlayan, en iyi ve en az riski olan ödeme yöntemlerini tercih etmektedirler. Lakin buna bağlı olarak, kar değeri yükseldikçe ülkelerin, şirketlerin ya da kişilerin riskleri de yüksek olabilmektedir.

Dış ticaret ile ülke içerisinde yapılan ticari etkinlikler karşılaştırıldığında dış ticaretteki risk etkenleri daha yüksektir. Uluslararası ticareti sağlayan tarafların ülkeleri, değişik para birimleri, kültürel ayrımları, ülkelerin arasındaki mesafeler gibi maddelerin hepsi risk oluşturmaktadır (Gökgöz, Şeker, 2014).

Uluslararası ticarete ödeme şekilleri temel olarak ele alındığında 6 farklı şekilde gösterilebilir. Bunlar;

- Peşin Ödeme Yöntemi
- Mal Mukabili Ödeme Yöntemi
- Vesaik Mukabili Ödeme Yöntemi
- Kabul Kredili (Poliçeli) Ödeme Yöntemi
- Pre-Finansmanla Ödeme Yöntemi
- Akreditifli Ödeme Yöntemi

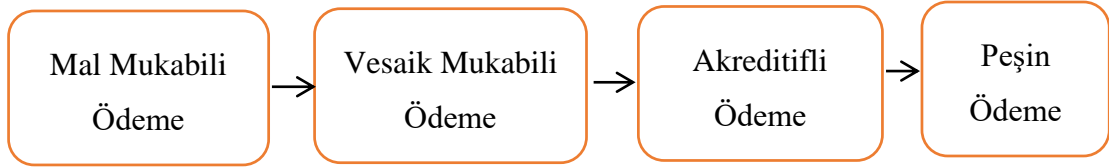
Yukarıda gösterilen ödeme yöntemleri arasında çoğunlukla vesaik mukabili ödeme yöntemi ve akreditifli ödeme yöntemleri en çok tercih edilen ödeme yöntemleridir. Alıcı ve satıcı açısından ele alındığında, taraflara farklı ölçütlerde risk oluşturmaktadır.



Şekil 1. İhracatçı Açısından Oluşan Risk Değişkenleri

Yukarıda gösterilen ödeme şekillerinde ihracatçısı açısından oluşan risk değişkenleri sıralanırken, bütün ödeme şekilleri ele alınmamıştır. Satıcı gözüyle bakıldığında ödeme yöntemlerinin arasından akreditifli ödeme, peşin ödeme kadar olmasa da, düşük risk oluştururlar. Lakin burada en önemli kısımlardan biri de akreditifin hangi tür olduğudur. İlerleyen bölümlerde akreditifin türleri ele alınacaktır.

Bunun devamında, vesaik mukabili ödeme şekli satıcı için yüksek risk oluşturabilecek ödeme yöntemlerinden biridir. Bunun sebebi ise, satıcı, eşyayı alıcının ülkesine gönderse dahi, alıcının eşyayı kendi ülkesindeki gümrükten çekmeme ihtimali her zaman vardır. Bu halde satıcı eşyayı ya kendi ülkesine geri getirecek veya satıcının ülkesinde bulunan eşyaya yeni müşteri bulacaktır. Mal mukabili ödeme şeklinde bu hal satıcı tarafından daha da kötüdür. Nedeni ise satıcı eşyayı alıcının ülkesine gönderir ve eşyayı temsil eden evrakları da alıcının nam ve hesabına uygun düzenleyerek, bu evrakları alıcının kendisine yollar. Bu halde alıcı eşyayı kendi gümrüğünden çektikten sonra, eşya tutarını satıcıya yollamama riski vardır.



Şekil 2. İthalatçı Açısından Risk Değişkenleri

Uluslararası ticarete ödeme şekilleri açısından ihracatçıda olduğu kadar ithalatçıda da riskler bulunmaktadır. Ödeme şekilleri açısından alıcı için olan riskler yukarıda sıralanmıştır. Bu ödeme şekilleri arasında alıcıyı en az riski mal mukabili ödeme yöntemi sunar. Nedeni ise, alıcı eşyayı kendi gümrüğünden çekse dahi, ihracat tutarını ödeme inisiyatifi kendisindedir. Vesaik mukabili ödeme şeklinde ise, alıcı eşyayı beğenmez ya da istemezse, eşyayı temsil eden evrakları bankasından almak için hiç ödeme yapmayabilir. Bu ödeme şekli de mal mukabilinde olduğu gibi alıcıyı korumaktadır.

Bu durumda hem alıcıyı hem de satıcıyı koruyan ödeme şekli, akreditifli ödemedir. Eğer yapılan işlemler alıcı ve satıcının anlaştığı şekilde yapılmışsa, akreditifli ödeme yönteminde eşyanın tutarı satıcıya ödenir. Lakin burada en önemli şey akreditifin türüdür. Çünkü bazı akreditifler alıcıyı güvence altına alabilirken bazıları da satıcıyı güvence altına alabilir. Alıcı için en yüksek düzeyde risk bulunduran ödeme yöntemi peşin

ödemedir. Çünkü alıcı eşya tutarını peşin olarak yollasa dahi, satıcının eşyayı yollamama riski vardır.

Alıcı ve satıcı tarafından bulunan riskler yukarıda genel olarak açıklamasına rağmen, daha detaylı açıklamalar ilerleyen bölümlerde yer almaktadır (Canitez, Ünüsan. 2014).

1.1. Uluslararası Ticarete Peşin Ödeme Yöntemi

Peşin ödeme yöntemi, alıcının ihracat yapılmadan önceki eşya tutarını satıcı firmaya göndermesidir. Yani alıcı tarafından eşyanın teslim alınmasından önce ya kendisi ya da bankalar aracılığıyla veya alıcıyı temsil eden 3. kişinin, satıcı tarafından gönderilecek malların tutarlarının bir kısmının veya tamamen satıcıya peşin olarak ödenmesidir (Küsmesz, 2016)

Peşin ödeme yöntemi, satıcı bakımından alıcının kaynağı olduğu bir ön ödeme özelliği göstererek, satıcıya eşyaları hazırlayıp sevk etmek için lazım olan fonu gerçekleştirir. Peşin ödeme yöntemi, piyasada çok ilgi gören eşyaların satışında kullanılmaktadır. Bunun sebebi ise, böyle bir vaziyette satıcının müşteri bulama gibi bir durumu yoktur. Uluslararası piyasalarda çoğunlukla satıcı tekeli olan eşyalarda ve bazen alıcı açısından peşin ödeme iskontolarının fazla olması nedeniyle bu tür ödemeler ilgi çekici olabilir (Kulaç, 2008).

Bu ödeme şekli, satıcıya bazı yararlar sağlar. Ödemeyi eşyayı yollamadan önce yaptığı için finansman sağlamış olur. Eşyayı yolladıktan sonra alıcı ödeme zorluğundan veya alıcının ülkesindeki aktarımları yasaklayan hukuksal değişikliklerden, kendini koruyup güvence altına almış olur.

Alıcı açısından ise, eşyanın satıcı tarafından yollanmama, yollanan eşyanın eksik, siparişe uygun olmama ve de kusurlu olma ihtimalleri vardır. Bunlardan korunmak için alıcı, satıcının bankasına teminat mektubu düzenlettirip kendi bankasına yollanmasını isteyebilir. Fakat bu işlem hem gider olarak pahalı hem de zaman olarak uzun olduğu için çok fazla tercih edilmemektedir (Karakuş, 2016).

1.1.1. Peşin Ödeme Yönteminin Özellikleri

Birbirlerini çok iyi bilen ihracatçı ile ithalatçı arasında gerçekleşmektedir. Satışı gerçekleşen eşyalar paranın gelmesinden sonra yollanır. İthalatçı, ihracatçıya çok güveniyordur ve bu yüzden önceden finanse ediyordur.

Peşin ödeme yöntemi;

- İthalatçının ihracatçıya güvenmesi
- Satıcının alıcıya güvenmemesi
- Eşya tutarının alıcı ve satıcı arasında mühimsenmeyecek derece olması
- Alıcının düşündüğü eşya bedeli seviyesinde eşya bulması
- Alınacak eşyanın tedarikçi ve üreticilerinin az olması
- Alıcının ilk ithalatının olması
- Satıcının duyulan bir marka olması

Gibi durumların varlığından bahsedilebilir. İthalatçının peşin ödeme yapması genel olarak istenemez, bu dış ticarete kullanılan ödeme yöntemlerinin küçük bir kısmında yer alır (Karakaya, 2019).

1.1.2. Peşin Ödeme Yönteminde Kambiyo Yükümlülüğü

İhracatçılar, mal bedellerini belirli süre içinde yurda getirme yükümlülüğüne sahiptir. Eğer mal bedeli getirilmezse, ihracatçı sorumluluk altına girer. Ödeme göre, mal bedeli banka aracılığıyla gönderilebilir veya nakit olarak getirilebilir. Eğer nakit olarak getirilirse, bankalar tarafından verilen bir beyan tutanağı (DBT) gereklidir. Bu beyan tutanağı, 15 gün içinde bankalara teslim edilmelidir. Beyan tutanağı teslim edilirse, mal bedeli döviz alım belgesine bağlanır veya adlarına açılan bir hesaptan döviz alışı yapılır. Mal bedeli nakit olarak getirilirse, bir beyan tutanağı (DBT) verilmesi gerekir. Bu tutanağın ekinde, noter veya konsolosluk tarafından yetkilendirilmiş bir belge ve fotokopi pasaportunun birinci ve hüviyet belirleyen sayfaları eklenir. Ayrıca Merkez Bankası tarafından, mal bedelinin 18 ay içinde peşin olarak yapılması gerekir. Bu tarih, döviz alım belgesinin düzenlendiği tarihtir. Ayrıca, Merkez Bankası açısından, peşin bedelinin önceden finansman edilen bir ödeme olarak değerlendirilir (Şirinpinar, 2012).

1.1.3. Peşin Ödeme Türleri

Havale şeklinde ödeme, nakit ödeme ve pre-finansman şeklinde başlıklara ayrılır.

- Havale Yöntemi ile Ödeme

Bu ödeme şeklinde, alıcı eşya tutarının ödemesini bankalar vasıtasıyla gerçekleştirir. Alıcının veya tutarını ulusal para türünden bankaya yatırması sonrasında bu bankanın muhabetine bu paranın karşılığının satıcıya ödenmesi emrini vermesi ve satıcının bu parayı muhabet bankadan alması şeklinde söylenebilir. Günümüzde havaleler genellikle on-line veya bankalar arası SWIFT haberleşme sistemi ile yapılır. Peşin ödeme yöntemlerinin arasında en çok kullanılan ödeme yöntemi havaledir (Öztürk, 2018).

- Nakit Ödeme Yöntemi

Bu ödeme yönteminde alıcı, satıcının ülkesinde bulunan bankasına mal tutarını öder. Döviz alışının neye yapıldığını kaydeden ödemenin yapıldığı bu banka, bir döviz alım bordrosu düzenler. Bunun sonucunda satıcı alıcıya malları yollar (Mustafa, 2010).

- Pre-finansman ile Ödeme

Pre-finansman ile ödeme ön ödemedir. Bu ödeme yönteminde satıcının bankası alıcıya garanti verir. Eğer satıcı, alıcıya malı yollamaz ise alıcı vermiş olduğu ön ödemeyi faizi ile beraber iade alır. Alıcının bankası bunun karşılığında satıcıdan belli bir komisyon alır. Peşin ödenen ödemede faiz söz konudur. Banka satıcı adına kefil olmaktadır. Fakat bunun olabilmesi için satıcının bankasının kredi müşterisi olması gerekir. Banka sağladığı garanti karşılığında satıcıdan genel olarak aylık yüzde bir oranında komisyon alarak, ihracatın olmaması durumunda banka anapara ve faizi ihracatçıdan almaktadır (Oktay, 2018).

- Red-Clause Akreditif

Sevkiyat yapılmadan önce bazı durumlarda alıcı, satıcıya biraz ödeme yapmak isteyebilir. Bunun sonucunda alıcı akreditif açtırmış olduğu bankasına akreditifin bir kısmının ya da tamamının peşin olarak kullanılması emrini verir. Bu duruma Red-Clause Akreditif denir (Özbatan, 2016).

1.2. Uluslararası Ticarete Mal Mukabili Ödeme Yöntemi

Dış ticarete başvuru yöntemleri arasında yer almaktadır. Bu ödeme yöntemine serbest yükleme veya açık hesap denilmektedir. Uluslararası yazılarda “Cash Against Goods”, “Open Account” olarak söylenmektedir. Bu ödeme yönteminde mal miktarı, yapılan satış sözleşmesinde, anlaşılan varma yerine geldikten ve ithalatçı tarafından eşyaların çekilmesinden sonra alıcı ve satıcının daha önce anlaştıkları bir tarihte ödenecektir. Konsinye satışlar açısından bu tarih, eşyaların satışının olup mal bedelinin ödemesinden sonra olacaktır (Akkaya, 2005).

Mal mukabili ödeme, peşin ödeme ile karşılaştırıldığında risk açısından tam tersidir. Burada satıcı, alıcıya yönelik kredi açmış sayılır yani bu yöntemde bütün risk satıcıda bulunmaktadır. Mal mukabili ödeme şeklinde alıcıya eşyanın tutarı ve eşyanın mülkiyetine sahip olduktan sonra istediği tarihte veya kendi ülkesinde belirlenen tarihin son gününe kadar ödeme imkanı vermesinin yanı sıra sözleşmeye dahil olan eşyanın kendi ülkesinde satışa sunduktan sonra taksit taksit veya bir tek çekim halinde ödeyebilmesi için seçenekler sunulmaktadır (Kodalak, 2015).

Bu yöntem, ithalatçıya belli bir zaman diliminde ödeme seçeneği sunmaktadır. Bu nedenle, Türkiye Vergi Yasaları'na göre bu ödeme yöntemi KICDF uygulamasını uygulamaktadır. Bu ödeme yöntemi, Türkiye Vergi Sistemi (TVS) tarafından yurt dışına verilen bir kredi olarak değerlendirilmektedir (Bayram, 2019).

1.3. Uluslararası Ticarete Vesaik Mukabili Ödeme Yöntemi

Türk hukuki uygulamasında geçen adı “Cash Against Documents/ Documentary Collections/ Bill Of Exchange)’dir. Belge karşılığı ödeme de denilmektedir. Bankanın ithalatçıdan eşya tutarını alması veya gelecek bir zamanda tahsil etmek üzere vadeli bir poliçe hazırlaması karşılığında, ihracatçı tarafından kendisine verilmiş evrakları, eşyayı gümrükten çekebilmesi için ithalatçının kendisine vermesidir. Satıcının düzenlediği belirli evraklar karşılığında ithalatçının ödeme yapmasını sağlamaktadır. Ancak, bu terimin anlamı hakkında farklı yorumlara yol açtığı ve tam olarak açıklamaya yeterli olmadığı için eleştirilmiştir. Bunun yerine, “tahsil karşılığı belge” veya “belgeli tahsil” gibi doğru bir kavramın kullanılması gerektiği belirtilmektedir. Bu ödeme yöntemi,

uluslararası ticaret sonrasında ihracat tutarının ödenmesini sağlar. Ayrıca, MTO tarafından yayınlanan vir broşürde bu konuda açıklama bulunmaktadır (Alkılıç, 2010).

Bu ödeme yönteminde eşya tutarı 4 farklı şekilde ödenebilir. Bunlar:

- Alıcı, eşya tutarını TL olarak yollar ve banka bu tutarı döviz olarak gönderir. Bu işlem sonucu, Döviz Satım Belgesi düzenlenir.
- Eğer ithalat tutarları alıcının Döviz Tevdiat Hesabından ödenecekse, bu hesaptaki transferlerde Döviz Satım Belgesi düzenlenir.
- İthalat tutarları da Türk Lirası olarak yollanabilir. Bu durumda, Türk Parası Transfer Belgesi hazırlanır.
- Eğer ihracat tutarlarından mahsuben yollanacak ödemeler varsa, alış kurları üzerinden Döviz Alım-Satım Belgesi hazırlanır (Kaya, 2022).

1.3.1. Vesaik Mukabili Ödeme İşleminin Tarafları

Dört taraftan oluşmaktadır. Bunları şu şekilde açıklayabiliriz;

- Satıcı (Amir, İhracatçı).

Bu tahsilin işlem görebilmesi için bankaya tevdi eden taraf satıcıdır. Satıcı, müşterisi olduğu bankaya ihraç konusunu emtianın tutarının tahsili için eşyayı temsil eden evrakları veren kişidir.

Vesaik mukabili ödeme işleminin bankalar yoluyla yapılmasına rağmen prosedür gereği satıcının vereceği emirlere göre uygulanacaktır. Satıcı, anlaşma yapacağı alıcıyı iyice soruşturup araştırmalı ve ilk defa o alıcıyla ticaret yapacaksa hakkında bilgi öğrenmelidir. Ve de ihracatın gerçekleşeceği ülkelerin kambiyo sınırlarının olup olmadığını kontrol ettirmelidir.

- Tevdi Bankası

Satıcı, tahsil işlemini yapabilmek için seçtiği bankaya tahsil talimatı gönderir. Bu talimat, satıcının emirlerini uygulayan “tevdi bankası” tarafından yerine getirilir. Tevdi bankası, satıcının kendisine yönlendirdiği tahsil talimatının yanı sıra, eşya tutarının tahsiline ilişkin dokümanlar ve evrakları da teslim almalıdır. Bu sayede, tahsil işleminin gerçekleştirilmesi sağlanır.

- Tahsil Bankası ya da İbraz Bankası (Alıcının Bankası).

Tahsil Bankası, tevdi bankasından vesaiki alarak tahsil işlemini başka bir yabancı gerçekleştiren bankadır. Tahsil bankası, kabul karşılığında tahsil belgelerini veya ödemeyi ithalatçıya veren bankadır.

URC kurallarına göre, tahsil bankası, ibraz bankası hariç tahsil işlemini yapacak olan herhangi bir banka olabilmektedir. Bu düzenleme, tevdi bankasının alıcının bulunduğu ülkedeki şubesinin tahsil bankası olup olmayacağı konusunda şüpheler oluşturmaktadır. Eğer tevdi bankasının dış ülkedeki şubesi başka bir banka olarak kabul edilirse, tahsil bankası olarak ibraz bankasının şubesi seçilebilmektedir. Ancak satıcı tahsil emrinde tahsil bankasını belirlemişse, bu belirlenen banka tahsil bankası olmaktadır. Belirlememişse, URC kurallarına göre tevdi bankasının onayladığı banka tahsil bankası olmaktadır.

- İbraz Bankası

Alıcıya evrakları ibraz eden tahsil bankasıdır. Yani bu durumda ibraz bankasında aslında bir tahsil bankasıdır. Aynı zamanda tahsil bankası da olabilmektedir. Çoğunlukla ibraz bankası ve tahsil bankası aynı olmaktadır.

- Alıcı (Muhatap, İthalatçı).

URC kurallarına göre, tahsil talimatında alıcı, ibrazın yapılacağı kişi olarak gösterilmektedir. Ancak, sözleşmede alıcıdan başka bir kişi de muhatap olarak belirlenebilmektedir. Alıcı, ibraz edilen vesaik(belge) karşısında poliçeyi kabul edecek veya ödeme yapacaktır. Ancak, alıcı bu işlemleri yerine getirmek istemiyorsa bu işi başka bir kişiye de verilebilmektedir. Bu durumda, görevlendirilen kişi, ödemeyi yaparak vesaiki teslim almak için tahsil bankasına veya ibraz bankasına gidebilmektedir (Deynekli, 2014).

1.3.2. Vesaik Mukabili Ödeme Çeşitleri

- Ödeme /Tahsilat Karşılığı Vesaik Teslimi

Ödeme/Tahsilat karşılığı vesaik teslimi ödeme yönteminde, tahsilat bankası, eşyaları temsil eden evrakları, ithalatçıya sadece, ödemeyi eksiksiz ve de sözleşmeye aykırı olmayacak şekilde yapması halinde teslim edilmektedir. İhracatçı bakımından en

güvenilir yöntem bu yöntemdir. Nedeni ise burada, ithalatçı eşyaları gümrükten çekmeden önce, ihracatçı eşyaların tutarını tahsil bankası yoluyla tahsil etmiştir. Bu ödeme yönteminde, ihracatçı elinde olan nakdi kendi adına tahsil bankasının yönlendirmesiyle teslim alındığı ve de kendisine SWIFT (paranın elektronik araçlarla anında ihracatçının hesabına geçirildiği uluslararası para transfer sistemi) aracılığıyla ulaştırılacağından dolayı güvencedir.

İhracatçı tahsil emri verir ve eğer bu emir uygun görülürse, ithalatçı ödemeyi yerli para cinsinden de yapabilir. Bu durumda, tahsil emrinde kur farkının garanti edilmesi koşulu da eklenebilmektedir. Bazen alıcılar, eşyaların geldikten sonra tutarı ödemeyi veya vesaik teslim almayı geciktirebilmektedirler ve bu nedenle sorunlar oluşmaktadır. Bu sorunları önlemek için, ihracatçının tahsil emrinde “ilk ibrazında ödenmesi” emrinin olması faydalı olabilmektedir. Bu, ödeme işleminin ilk belge tesliminde gerçekleştirilmesini garanti etmektedir (Al Kılıç, 2014).

- Kabul Karşılığı Vesaik Teslimi/ Kabul Kredili Vesaik Mukabili Ödeme

Alıcı eşyalarını gümrükten çekebilmek için, satıcı tarafından hazırlanan ve ithalatçı tarafından onaylanması durumunda tahsil bankası tarafından teslim edilen bir poliçeye (ödeme taahhüdünü belgeleyen bir belge) ihtiyaç duymaktadır. Poliçe, ithalatçının eşyaların tutarını ileri bir tarihte ödemesi gerektiğini belirtir. Bu ödeme yöntemi, ihracatçının ürünlerini ithalatçıya teslim etmesini sağlar ve ithalatçının ödemeyi ileri bir tarihte yapmasını sağlamaktadır.

İhracatçı tarafından ithalatçı için hazırlanmış olan poliçenin ithalatçı tarafından onaylanması halinde “ticari kabul (commercial acceptance)” gündeme gelir. Onaylanmış olan poliçe, tahsil bankasını kendisinde bulundurulur. Poliçenin vade zamanında, ödeme için ithalatçıya ibraz edilir, ithalatçıdan alınan tahsilat sonunda, tahsil bankası nakdi, gönderi bankasına, o da ihracatçıya yollar. Bu ödeme yönteminde, ihracatçının tek garantisi, elinde olan ithalatçı tarafından onaylanan poliçedir. İhracatçı, eşyaların mülkiyetini geçiren evrakların ithalatçıya yollanması nedeniyle ithalatçının poliçenin vadesinde ödeme yapmama ihtimaliyle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu durumdan korunmak için, ihracatçı, tahsil bankasının poliçeye aval vermesini sağlamalıdır. Aval, poliçenin güvenilirliğini artırarak, ödeme ihtimalinin en azına indirilmesini sağlar ve poliçenin dolaşımını kolaylaştırır. Ancak, eğer poliçe ödenmezse, ihracatçı büyük risk

altında kalır. Bu nedenle, poliçe ödemesi için tahsil bankasının aval vermesi önemlidir (Al Kılıç, 2014).

1.4. Uluslararası Ticarete Akreditifli Ödeme Yöntemi

Akreditif, bir bankanın, satıcıya belirli bir paraya kadar, belirli bir süre içinde, belirli evraklar karşılığında ve öngörülen koşulların yerine getirilmesi koşuluyla, alıcının emrine göre ödeme yapacağını veya satıcı tarafından verilen poliçeleri kabul edeceğini, yazılı olarak taahhüt etmesidir. Bu taahhüt, alıcıya karşı yapılır ve satıcının ödeme elde etmesine sağlar (Ay, 2008).

Şartlı bir ödeme türü olup banka tarafından hazırlanan akreditif koşullarının yerine getirilmesi ve koşul koyulan, münasip evrakların ibrazı durumunda, akreditifi açan bankanın ödeme yapacağını taahhüdü olarak söylenebilmektedir. Akreditifte ödeme yapabilmesi için lehtarın, akreditifin olacağı bankaya akreditif koşullarına uygun vesaik ibrazı şarttır. Akreditifler, dış ticaret finansmanında çok kullanılan bir yöntemdir ve de uluslararası kurallara uygun bir şekilde hazırlanmaktadır. Son şekli, 2007 yılında yürürlüğe giren 600 sayılı kurallara uygun bir şekilde düzenlenmektedir (Meral, 2019).

1.5. Uluslararası Ticarete Kabul Kredili (Poliçeli) Ödeme Yöntemi

Bu ödeme yönteminde, alacaklı tarafından düzenlenen bir “Bill Of Exchange” (poliçe) kullanılmaktadır. Satıcının hazırladığı poliçe, alıcı ya da alıcının bankası tarafından onaylanmak zorundadır. Bu onay aldıktan sonra, poliçedeki ödeme taahhüdünü kabul eden kişi satıcıya belirtilen miktarda bu ödeme yükümlülüğüne girmiş olmaktadır. Bankalar da bu ödeme yöntemine aracılık etmek için belirli bir komisyon almaktadırlar (Adıgüzel, Görgün, 2020).

1.6. Uluslararası Ticarete Pre-Finansman ile Ödeme Yöntemi

Pre-Finansman, bir ön ödeme şeklidir. Ve bu ödemede alıcı satıcının bankasından garanti alır. Eğer satıcı eşyayı alıcıya yollamazsa, alıcı verdiği ön ödemeyi garanti vermiş olduğu bankadan faiz ile geri alır. Garanti veren banka yapılan bu garanti karşılığında alıcıdan belli bir komisyon elde etmektedir. Pre-finansmanın da ise peşin ödenmiş kısım için faiz yoktur (Kulaç, 2008).

1.7. Uluslararası Ticarete Akreditifler ve Temel İşlevleri

Bu işlemler, en basit şekliyle, alıcının belli koşulları yerine getirmesi koşuluyla, aracı bir kuruluşa, satıcıya belli bir tutar ödemesi için talimat vermesi olarak tanımlanabilir. Aracı kuruluş bu talimatın koşulları yerine getirildiğinde, ödemeyi yapar. Bu işlemlerde, şartların evraklarla yerine getirilmesi önemlidir. Akreditif işlemlerinin, birbirinden tamamen bağımsız birden çok akitten olduğu da varsayılmaktadır. Bu akitler arasında hüküm ve sonuçları açısından tamamen bağımsızlık bulunmaktadır. Bu nedenle, bu işlemlerin niteliğine göre taraflar arasındaki ilişkinin belirginleşmesi, görev ve sorumluluklarının belirlenmesi istenebilir (Polat, 2008).

1.7.1. Akreditif Çeşitleri ve Özellikleri

1.7.1.1. Ödeme Sorumluluğu Açısından Akreditifler

- Teyitli Akreditifler

Amir banka, bir başka banka tarafından onaylanan akreditiflerle ilgili olarak, bu banka amir banka ile aynı yükümlülükleri kabul eder. Teyit bankası, teyit eklendiği andan itibaren geri dönülemez bir şekilde yükümlü olarak hizmet verir ve amir bankanın yerini alır, böylece ibrazı karşılama veya iştirah etme işlemlerinde ilk başvuru noktası olur (Arslançan, Karakaya, 2020).

- Teyitsiz Akreditifler

Akreditiflerin teyit eklenip eklenmeyeceği, MT 700 olarak bilinen SWIFT formatının “49: Confirmation Instructions” bölümünde yer alan “confirm”, “may add” veya “without” kelimelerine göre belirlenir. Bu bölüm, tüm akreditifler için zorunlu olarak doldurulması gereken bir bölümdür ve “confirm” veya “may add” yazılıysa, amir bankanın lehtar veya ihbar bankaya teyit izni verdiğini; “without” yazılıysa teyit izni vermediğini gösterir. Teyitsiz akreditifler, teyit komisyonu olmadığından düşük maliyetli olarak görülür ve amir ile lehtar arasında güven varsa ve ülke riski de yoksa lehtar banka teyitli akreditif yerine daha ucuz olan teyitsiz akreditif isteyebilir. Bu durumda, amir banka ihbar bankaya akreditifi teyitsiz olarak ihbar etme talimatı verir. Teyitsiz akreditiflerde, ihbar bankasının lehtar bankaya karşı hiçbir ödeme taahhüdü yoktur ve bu niteliği amir bankanın MT 700 formatının “49: Confirmation Instructions” bölümünde

“without” yazmasıyla kazanır. Bu durumda, lehtar banka akreditife teyit ekleyemeyeceği için ihbar bankası hiçbir sorumluluk üstlenmez (Demir, 2019).

1.7.1.2. Ödeme Koşullarına Göre Akreditifler

- Görüldüğünde Ödemeli Akreditifler

Akreditiflerin tutarı, akreditifte gösterilen şartların olup olmamasına göre lehtarın emrine hazır şekilde gelebilmektedir. Örneğin; eğer döviz kullanıyorsa ve lehtar, teyit eden bankaya akreditifte vurgulanan evrakları ibraz edip, teyit bankası tarafından uygun görülürse, akreditif tutarı lehtarın hesabına geçirilir. Bu işlemlerin olması birkaç günü alabilir. Teyitsiz görülen akreditiflerdeyse, ihbar bankası amir bankadan akreditif tutarını aldığı anda, akreditif tutarı lehtarın emrine hazır hale gelir. Bazı teyitsiz akreditiflerin vadeleri, akreditif açıldığı bankada sona erer ve bu durumda, satıcıya ödeme, evrakların amir bankada incelenip, tutarın satıcının bankasına ödenmesinden sonra yapılır. Ödemeli akreditiflerdeyse, alıcı, bankası ile yaptığı anlaşmaya göre ödemeyi akreditifin açıldığı tarihte ya da satıcının eşyayı sevk ettiği ve evraklarını kendi bankasına verdiği zaman yapar. Tüm akreditiflerde olduğu gibi, alıcı ve satıcı arasında bir ithalat-ihracat anlaşması yapılmıştır ve bu anlaşmada açılacak akreditifin mutlaka görüldüğünde ödemeli olduğu belirtilmelidir (Cesur, 2013).

- Vadeli Akreditifler

Akreditif yazısında vurgulanan ödeme vesaikinin ibrazında ya da fatura vakti veya gösterildiği vakitten itibaren 60, 90, 120 veya 180 gün sonra yapılır gibi açıklamalardan sonra belirlenen zamanda yapılır (Canitez, 2014).

- Poliçe Kabulü Akreditif

Akreditif, bir dış ticaret anlaşmasına dayanarak, alıcının emrine göre bir bankanın, belirli bir zaman içinde belirli şartların yerine getirilmesi koşuluyla satıcıya ödeme yapacağını veya keşide edilen poliçeleri kabul edeceğini satıcıya karşı yazılı olarak taahhüt etmesidir. Lehtar banka, bu tür bir akreditifin yanı sıra poliçe de ibraz edebilir ancak teyit eden banka tarafından kabul edilmesi gerekmektedir. Akreditifler vadeli olup, poliçe vadesi geldiğinde ödeme yapılır (Ozozen, 2006).

1.7.1.3. Kullanış Amacına Göre Akreditifler

- Adi Akreditif

Bu ödeme yönteminde, akreditif talimatında gösterilen sınır, çekilecek poliçelerle bir defa kullanıldığında akreditif hükmünü kaybeder. Akreditif toplam sınırını aşmaması koşuluyla birkaç kere poliçe çekilebilir. Rotatif olmayan akreditifler “adi” olarak adlandırılır (Şirinpınar, 2012).

- Devredilebilir Akreditif

Bir satıcı tarafından açılan ve lehine düzenlenen bir akreditifin, kendi ülkesinde olan başka bir kişi veya satıcıya devri mümkün olan türdür. Devir sırasında, akreditifin asıl koşulları değiştirilemez fakat miktar, eşya tutarı, vade ve son tarih gibi detaylar taraflar arasında anlaşma ile devredilebilir. Bu akreditifler, ancak akreditifi açan banka tarafından özel olarak bu fonksiyonu açıkça vurgulandığında devir ve temlik edilebilir (Kardağlı, 2007).

- Rölatif Akreditif

Bu akreditif türü koşullara göre kullanıldıkça kendi kendini yenileyerek tekrar kullanılabilir vaziyete gelen ve bunun olması içinde özel bir değişiklik olmasını gerektirmeyen akreditif türüdür (Birgili, Tunahan, Dizkırıncı).

Bir adeti ya da hepsi kullanıldıkça bir değişiklik yapılmaksızın eski halinde yenilenen akreditiftir. Çoğunlukla bir müşteriden hep ya da yüksek bedelli belli alımlar olduğunda tercih edilir. İşlemleri tekrarlamaması durumundan kurtulmak ve de yüksek çapta sipariş fiyatından yararlanma özelliklerinin arasındadır. Bu akreditif kullanıldıkça başka bir emre ve de bildirim gerek olmadan otomatik bir şekilde yenilenecek aynı koşullarda yine kullanılan akreditif türüdür (Şirinpınar, 2012).

- Red Clause Akreditif

Taraflar finans açısından kolaylık oluşması için akreditif tutarının tamamını ya da bir kısmını lehtara sevkiyattan önce peşin ödenmesini isteyebilir. Bu tür akreditif, evrakların ibrazı halinde tutarın ödenmesinin ya da poliçenin kabul edilmesinin diğer bir kısmını oluşturur. Bu tür akreditifin eski işleyişinde önceden ödenecek tutar kırmızı mürekkeple belirtildiğinden ismi bu şekilde oluşmuştur. Lehtara evrakların ibraz edilmesinden önce

avans ödemesi, teyit bankası veya görevli bir kişi tarafından yapılır. Bu bankalar, avans ödemesi için riski akreditif bankasının hesabı üzerinde oluştururlar. Yani, lehtar aldığı avansın sorumluluklarını yerine getirmemezse, avansı faiziyle birlikte akreditif bankasına yatırmak zorundadır. Akreditif bankası da, ithalatçı ile yaptığı sözleşmeye göre riskini ithalatçıya yansıtır (Bozkurt, 2004).

- Green Clause Akreditif

Bu akreditif yöntemi, bir üçüncü kişinin banka adına eşyaları almasını ve bu eşyaların karşılığında avans almasını sağlamaktadır. Bu, bankanın alıcının riskini biraz azaltmasına katkıda bulunur. Ancak risk tamamen ortadan kalkmaz ve de sorumluluk alıcıdadır. Red Clause ve Green Clause Akreditifler, temel olarak ihracatı finanse etmek için kullanılır ve satıcılara düşük maliyetli finansman imkanı verir, özellikle de satıcı ülkedeki kendi faizlerinin alıcı ülkesindeki yüksek olduğu zamanlarda bile durum bu şekildedir (Gündoğdu, 2016).

- Karşılıklı Akreditif

Bu ticaret yönteminde, aracı yoluyla sağlanan satışlarda devreye girer. Burada aracı işletme hem alıcı hem de satıcı olur. Aracı işletme, satış ülkesi lehine akreditif başlatabilir. Bu tür akreditifler karşılıklı bir şekilde başlatılmış olduğu için “karşılıklı” olarak adlandırılır. İhracat akreditifi ve karşılıklı akreditiflere konu olan evrakların benzer olması istenir. Bunu aracı firmanın bankası amir ve muhabir olması sebebiyle başlatabilir. Sözü geçen banka aynı zamanda teyit bankası olarak da hizmet verebilir, bu nedenle de çok fazla sorumluluk üstlenmiş olur. O yüzden karşılıklı akreditifler riskli olduğu için yüksek komisyon alır. Yaygın değildir, sınırlıdır (Şirinpınar, 2012).

- Bölünebilir Akreditif

Bu akreditif türü devredilebilir akreditif türüne çok benzer. Devredilebilir akreditife, bölünebilir fonksiyonu eklenirse birçok satıcıya devredilebilir alıcılar bu yöntemle çok sık başvuramazlar. Ancak birçok satıcıdan eşta ithal etmeleri lazım olduğunda başvururlar. Akreditifi de satıcıların temsilcilerine açarlar. Bunun sayesinde de akreditifle ilgili süreden ve masraftan tasarruf etme imkanı alıcının olmuş olur (Canitez, 2014).

1.7.1.4. Dış Ticarete Yaygın Akreditifler

- Vadeli Akreditif

Alıcı ve satıcı arasındaki satış anlaşmasına istinaden akreditif tutarının vesaik ibrazı sonrasında anlaşmaya varılan vir vade zamanında satıcıya yatırılmasını öngören bir akreditif türüdür. Ödeme vadesinin zaman sınırı yoktur. Satış anlaşmasında alıcı ve satıcı arasında tarih belirleme sorunu yoktur. Vadeli akreditiflerin teyitlilerinde teyit bankası, teyitsiz olanların ise ithalatçı bankası akreditif tutarını yatırmakla sorumludur. Ödeme vadesi akreditif mektubunun üzerinde yer alan vade tarihi dikkate alınarak akreditifin vadeli akreditif olarak hazırlandığı anlaşılır (Öztürk, 2018).

- Teyitli Vadeli Akreditif

Dönülemez akreditif türünde ayıran esas özelliği akreditifte teyit bulundurmasıdır. Akreditif teyitliyse teyit veren banka amir bankadan ihracat tutarının aktarılmasından önce satıcıya ödemenin gerçekleşmesi gerekir. Fakat akreditifte teyit yoksa ihracatçıya ödeme yapabilmesi için, muhabir banka amir bankadan ihracat tutarının aktarılmasını bekler (Canitez, 2014).

- Peşin Akreditif

Amir bankadan ihracat tutarı aktarıldığında, muhabir banka ihracat tutarını satıcıya yatırır ve bu özellik en önemli fonksiyonudur (Canitez, 2014).

- Teyitli Peşin Akreditif

Özelliklerinden dolayı, dönülemez ve peşin akreditife çok benzemektedir. Fakat burada teyit olduğunda teyit veren kendisine yollanan evrakları uygun bir biçimde verdikten sonra, ihracat tutarı alıcı banka tarafından gönderilsin veya gönderilmesin, beş iş günü içinde yatırmakla yükümlüdür. Bundan dolayı akreditifli ödemeler içinde dönülemez, teyitli ve peşin akreditifler oldukça sık kullanılmaktadırlar. Akreditifli ödemelerle ilgili ICC broşürü UCP 600'dür (Canitez, 2018).

1.7.2. Akreditifli Ödemelerde Taraflar

Akreditiflerin en az dört tarafı vardır. Bunlar; alıcı firma, alıcı firmanın bankası, satıcı firma ve satıcı firmanın bankasıdır. Akreditifli ödemelerde, ödeme sorumluluğu amir

bankada yer alır. Amir banka, akreditif şartlarına uygun evrakların ibrazı karşılığında, ödeme yapma, poliçeyi kabul etme ve de poliçeyi satın alma ile yetkili tuttuğu bankaya geri ödeme sorumluluklarını yapar. Rambursman bankası, akreditifli ödemelerde taraf olarak kabul edilemez (Dizkırıncı, Topal, Zeynel, 2016).

1.7.3. Akreditifli Ödemelerin Temel İşlevleri

Akreditiflerin birden fazla işlevi bulunmaktadır. Öncelikle, akreditifler, satıcılar için ödemeyi güvence altına alan bir ödeme yöntemidir. Bu, satıcının uzak ülkede bulunan ve hatta tanımadığı bir alıcıdan ödeme almak yerine, güvenilir bir bankaya ödeme talep etmesi anlamına da gelir. Bu güven, alıcı için de oluşturulur. Çünkü ödemeyi yapan banka, eşyayı temsil eden sevk evraklarının bankaya ibrazında ödemeyi yapar ve böylece bir güven fonksiyonunu oluşturur. Akreditiflerin ikinci işlevi, satıcıların sattıkları eşyanın karşılığı olan mebluğ kadar bir kredi elde etmesini sağlamasıdır. Üçüncü ise, bazı koşullar altında, akreditif lehtarının kendi satıcıları ile yaptıkları işlemleri finanse oluşturmada büyük rahatlık sağlamaktadır (Dayınlarlı, 1990).

1.8. Akreditifli Ödeme Yönteminde Yeknesak Kurallar ve UCP-600

1933 senesinde MTO'nun Viyana'da olan 7. Kongresi'nde, ilk UCP broşürü kabul edilmiştir. 1951, 1962, 1974 ve 1983 senelerinde üzerinde durulmuştur. 1993 senesinde yürürlüğe giren 500 sayılı kurallar, 2007 senesinin Haziran ayında kadar uygulanmış ve sonra UCP 600 yürürlükte yer almıştır.

Akreditifli ödeme yöntemi, 1933 yılında ortaya çıkmış ve hala günümüzde ödeme yöntemi olarak kullanılmaya devam etmektedir. UCP'nin birçok maddesi, yanlış yorum, gereksiz sorunlar ve yanlış kullanım nedeniyle ödeme sorumluluğunu engelleme şeklinde kullanılmış ve bu hal, akreditifin daha az kullanılmasına sebep olmuştur.

Dış ticaret riskli alandır ve bu alanı hazırlayan, bütün tarafları bağlayan bir yasa ya da mahkeme yoktur. MTO 85 yıllık birikimini ve deneyimini aktarmak için ortak bir zemin ve asgari müşterek olarak UCP ve ISBP kurallarını oluşturmuş ve bugünkü aşamaya gelmiştir. Bu kurallar MTO açısından bakma ve de akreditiflerin uygulanmasında "belirli" ve "standart" ortam hazırlamış, fakat uygulama ve anlama bakımından tarafların bilgi seviyesi ve algıları farklı olabilmektedir. Bu farklılıklar, akreditif ile ilgili

ödenmeyen tutarlar, gecikmiş ödemeler, çekilemeyen eşyalar ve tarafların anlaşamaması gibi dönüşlerle sonuçlanır ve amacından uzaklaşır. UCP 600, önceki bir takım sıkıntıların olmasına engel olmuş ve özellikle evrakların rezervlilik oranlarını düşürmeyi hedeflemiştir. UCP 600 kurallarının yürürlüğe girmesi daha yeni yılını doldurmadığı için, bu kurallarla ilgili sıkıntılar ve yeni oluşabilecek boşluklar üzerinde araştırma yapılması ve veri bulunması gereken konulardır (Polat, 2008).

2. İHRACATTA FİRMA DAVRANIŞLARI VE ÖDEME YÖNTEMLERİNİN FİRMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNE ETKİSİ

2.1. İhracat ve İhracatta Firma Davranışları Kavramları

İhracat, bir ülkenin diğer ülkelere satılan mallar ya da hizmetlerin toplamıdır. Bu, bir ülkenin ekonomik gelişimine ve refahına katkıda bulunur. İhracat yapacak olan firmaların, ihracat yapacakları ülkelerin ekonomik, sosyal ve politik koşullarını iyi bir şekilde araştırmaları ve bu koşullara uygun bir şekilde hareket etmeleri gerekir. Bu, firma davranışı olarak adlandırılır. Firma davranışı, bir firma tarafından ihracat yaparken izlenen yol ve stratejidir. Bu firma için en uygun ihracat yöntemlerinin seçilmesi, ülkeler arasında ticaret yapılacak olan ülkelerin ekonomik koşullarının araştırılması ve ihracat yapılacak ülkelerdeki pazar koşullarının incelenmesi gibi konuları kapsar.

2.1.1. İhracat Kavramı ve İçeriği

İhracat, çeşitli sebepler nedeniyle son derecede önemlidir. Buna örnek olarak ülke ekonomisi ve firmalar gösterilebilir. Lakin ülke ekonomisi açısından yeterli sayıda ürün üretilmesi önemli bir faktördür. İhracat, ihtisaslaşmaya yönlendirmek, teknolojik ilerlemenin gelişmesi, ithalatı karşılamak ve yeni iş alanları oluşturmak için gerekli olan döviz sağlar. Ödeme dengesinde devamlı açık veren ülkeler ile dış ticarete ekonomik olarak daha bağımlı ülkeler daha fazla ihtiyaç duyar.

Diğer yandan şirketler için ihracat, karlılık, yeni pazar geliştirme olanakları ve de büyümeyi ifade eder. İhracatın şirketin toplam satışları içindeki yerinin büyümesi, şirketin kitle üretimi yapmasına, bu sebeple ünite başına satış ve üretim maliyetinin düşmesine sebep olur. Şirketin uluslararası pazarlardaki fırsatlarda ve de olumsuz şartlarla başa çıkabilmesinin sağlayan araçlardan biri de ihracattır (Kavas, 1983).

İhracat dolaylı ya da dolaysız olmak üzere iki şekilde gerçekleşebilir. Dolaylı ihracat, ihracat basamaklarının başında olan şirketlerin eşyalarını yurtdışına, yurtdışındaki bir aracı yoluyla satmalarına denmektedir. Dolaylı ihracatı tercih eden şirketler ellerindeki eşyaları kendi ülkesinde çalışan farklı farklı bağımsız aracı işletmeler yoluyla ihraç etmeleridir. Dolaysız ihracat ise, ihracat yapan şirketlerin herhangi bir aracı kurumlardan faydalanmaksızın eşya ve hizmetlerini uluslararası pazarlardaki amaçlarına ulaştırması olarak söyleyebiliriz. İhracat alanında kendini geliştirmiş şirketler bir süre sonra

ihracattaki kontrollerin hepsine sahip olmak ve bunları arttırmak için dolaysız ihracata yönelmektedirler (Aksoy, Yıldırım, 2013).

2.1.2. İhracatta Firma Davranışı Kavramı ve İçeriği

Şirketler çeşitli ihracat davranışı sergileyebilmektedir. İhracat davranışları arasındaki bu farklılıklar şirketin uluslararası pazarlardaki başarısı üzerinde olumlu bir etkiye neden olmaktadır. Şirketlerin ihracat karar verme aşamasında değişik şekillerde davranmalarına neden olan bu davranışlar aktif ve pasif olarak iki grupta gösterilmektedir. Şirketlerin ihracat karar verme aşamalarındaki bu davranışları ilerleyen bölümlerde detaylı olarak açıklanmıştır (İlter, 1999).

2.2. İhracatta Firma Davranışları Literatürü ve İhracatta Firma Davranışlarını Etkileyen Faktörler

İhracatta firma davranışları literatürü, ihracat yapacak olan firmaların ihracat sürecinde izledikleri yol ve stratejileri inceleyen bir konudur. Bu literatür, firmaların ihracat yaparken hangi yöntemleri kullandıklarını, ihracat yapacakları ülkelerin ekonomik, sosyal ve politik koşullarını nasıl araştırdıklarını ve bu koşullara nasıl uyum sağladıklarını inceler. Ayrıca, ihracatta firma davranışlarını etkileyen faktörler de bu literatürde incelenir. Örneğin; firmaların ihracat yapma kararını etkileyen faktörler arasında ülkeler arasında ticaret yapılacak olan ülkelerin ekonomik koşulları, ihracat yapılacak ülkelerdeki pazar koşulları ve firma için en uygun ihracat yöntemlerinin seçilmesi gibi konular yer alır. Diğer taraftan, ihracat yaparken firmaların izlediği stratejileri etkileyen faktörler arasında firma büyüklüğü, ürün çeşitliliği, ihracat deneyimi ve rekabet koşulları sayılabilir.

2.2.1. İhracatta Firma Davranışlarıyla İlgili Literatür

İlgili literatür tarandığında, konu ile ilgili çalışmalar yapılmasına rağmen, bu sayı yetersiz kalmıştır. Aşağıda konu ile ilgili olan çalışmalar kısaca özetlenmiştir.

Bellone, Musso†, Lionel Nesta† ve Schiavoş (2008), yapmış oldukları çalışmada finansal kısıtlamalar ile firma ihracat davranışı ile arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Sonuç olarak, daha iyi finansal sağlığa sahip olan firmaların ihracatçı olma olasılıkları daha yüksek

bulunmuştur. Ancak, bu sonuç önceki araştırmalarla çelişmektedir sebebi ise önceki araştırmalar ihracata başlayan firmaların herhangi bir önceden sahip olduğu mali avantaj olmadığını göstermiştir. Bunun yerine, çalışma, finansal kısıtlamaların firmaların ihracata katılımını engelleme eğiliminde olduğunu bulmuştur.

Gourlay ve Seaton (2004), çalışmalarında 1988-2001 yılları içinde Birleşik Krallık firmalarından oluşan bir grup incelemektedir. Analizinde Probit ve kesikli regresyon modeli kullanılmıştır. Bunun sonucunda firmalar için ihracatın insan sermayesi, kaynak tabanlı ve teknolojik yenilikleri desteklediği görülmektedir.

Chia ve Sun (2013), çalışmalarında Çin'de bulunan ihracatçılardan toplanan verilerle, bir firmanın ihracat pazarına yönelik davranış modeli (EMO) ampirik olarak test edilmiştir. Bu modeli test etmek için yapısal eşitlik modelleme tekniği kullanılmıştır.

Milazi (2012), bu makalede, Tanzanya'da 122 imalat firmasıyla bir anket yapılmıştır ve bu anket verileri kullanılarak ana ihracat engelleri belirlenmiş ve ampirik olarak test edilmiştir. Bu araştırma, Ekim 2008 ile Şubat 2009 arasında gerçekleştirilmiştir. Anket verileri faktör analizi ve regresyon modeli kullanılarak incelenmiştir. Faktör analizi, beş önemli engel faktörünü ortaya koymuştur: ihracat piyasası bilgisi ve eksikliği, ihracat arz kapasitesi kısıtlamaları, yetersiz ihracat finansmanı, verimsiz düzenleyici çerçeve, zayıf altyapı.

Barrios ve Strobi (2001), bu çalışmada, İspanya için 1990-1998 dönemine ait firma düzeyinde panel verileri kullanılarak, bir firmanın kendi Ar-Ge faaliyetinin ve sektörler arası yayılmalarının ihracat kararı ve ihracat yoğunluğu üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu etki, firmaya özgü değişkenler tarafından belirlenir, bunlar yaş, firma büyüklüğü, üretkenlik ve çalışanların becerileridir.

Arnold ve Hussinge1 (2004), Bu çalışmada, Alman imalat firmalarında verimliliğin ve ihracat davranışı arasındaki ilişki incelenmiştir. Özellikle, verimliliğin ihracat olasılığını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, yüksek üretkenliğe sahip firmaların ihracat pazarlarına giriş seçimlerinin olumlu etkilendiği bulunmuştur, ancak ihracatın kendisinin verimliliği iyileştirme potansiyeline sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Chen, Chen, Wang ve Xiang (2018). Bu makalede, firmalar arasındaki etkileşimlerin de dikkate alındığı bir çerçeve oluşturularak, ihracatın firma yeniliği üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri tahmin edilmiştir. Sonuçlar, potansiyel firma yeniliğinin ihracatçı

firmaların oranına göre değiştiğini göstermektedir. Bu demektir ki, ihracatçı firmaların kümelenme oranı arttıka, potansiyel firma yeniliği de artmaktadır.

Bağcı (2012), bu makalede, Euro'nun piyasaya sürülmesi ve ticaret maliyetlerindeki düşüşün ardından, Alman küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat davranışları ele alınmıştır. Bu nedenle, bir probit tahmin tekniği kullanılmıştır. Sonuç çıkaracak olursak, KOBİ'lerin ve özellikle orta ölçekli işletmelerin, ihracat pazarlarına girişte maliyet indirimlerinden gerçekten yarar sağladığı bulunmuştur.

Bosile (2000), bu makalede, İtalya'da farklı döviz kuru rejimlerinde bulunan imalat firmalarının inovasyon ve ihracat davranışları arasındaki ilişki ele alınmıştır. İhracat davranışı, bir firmanın ihracat yapma olasılığı ve ihracatçı firmalar için ihracat eğilimi olarak ikili tanımlanmıştır. İhracat davranışının belirleyicilerinin ampirik modeli, Tobit modeli kullanılarak tahmin edilmiştir. İtalya'daki firmalar arasında ihracat davranışındaki heterojenliği açıklamaya yardımcı olan sonuçlar, inovasyon yeteneklerinin çok önemli rekabet faktörleri olduğunu göstermektedir. Ayrıca alışma, ülkenin güneyinde (Mezzogiorno) yerleşik firmaların ihracat davranışlarına ilişkin özel kanıtlar sunmaktır.

Guo, Pan ve Xu (2018), Bu makalede, Çinli firmaların mikro eşleştirme verileri kullanılarak, ihracat firmalarının akranlarından ihracat kararlarını uyarlama eğilimleri incelenmiştir. z sermaye şokunu dışsal bir değişken olarak kullanılarak, firmaların ihracat faaliyetlerinin emsal etkisi araştırılmıştır. Bilgi asimetrisi ve risk belirsizliği nedeniyle, ihracat firmalarının ihracat kararlarını uyarlama eğilimlerine sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

2.2.2. İhracatta Firma Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Dış pazarlamada her bir ihracat basamağında olan firmaların ihracatla ilgili sıkıntılarını belirleme gayreti, bu sıkıntıların zlmesiyle ülke ihracatının fazlalaşacağı inanişına dayanmaktadır. Yani ihracatla ilgili sıkıntılarının varlığı ve sıkıntılarının zlmesiyle, firmalar ihracat ya da dış ticaret sürecinde ileri basamağa geçebilecektir. Fakat önemli olan kısım, bir ülkenin ihracatını yükseltebilmek için yalnızca satıcı firmaların sıkıntılarını üzücü nitelikte önlemlerin alınması yetersiz kalacaktır. İhracatı teşvik geliştirme uğraşlarında yalnızca satıcı firmalara yönelmek, uluslararası olma aşamasının ihracat öncesi süreçlerinde bulunan firmalarını ihmal etmek gibi büyük bir yanlışa zemin

hazırlayacaktır. İhracat öncesi süreçte yer alan firmalardan bazılarının satıcı konumunda olmasıyla, ihracat düzeyinde büyük yükselişler sağlanabilecektir. Fakat ihracat öncesi süreçlerde yer alan firmaların satıcı konumunda olması için, bu firmaları ihracat yapmasına engel olan nedenlerin belirlenmesi gerekir (Kahraman, 2015)

2.3. Firmalar İçin Aktif ve Pasif İhracat Davranışları

2.3.1. Firmaların Aktif İhracat Davranışları

Firmaların aktif ihracat davranışlarını sıralayacak olursak;

- Çok fazla pazarda aktif ve devamlı olarak ihracat ile uğraşan,
- İhracatı doğrudan yapan,
- Proaktif hislerle hareket eden,
- Kendi talebi doğrultusunda ilk ihracatını sağlayan,
- Modern yönetimin daha mantılı ilerlediğini ve karar vericilerin ihracatı cazip ve yüksek getirili bulduğu,
- Hedef pazarların sistemli ve titiz bir şekilde araştırıldığı,
- Uzun zamanda gelişime odaklı ve ileriye doğru stratejik pazarlama planı oluşturabilen,
- Kalite kontrol faaliyetlerinin iyi yapılandırılmışını benimsemiş firmalardır (Aksoy, 2019).

2.3.2. Firmaların Pasif İhracat Davranışları

Firmaların pasif ihracat davranışlarını sıralayacak olursak;

- İhracat yapma isteği bulunmaması halde, ilk ihracatını yurtdışından gelip tahmin edilmeyen siparişler üzerinden sağlayan,
- Reaktif hislerle hareket eden,
- Sadece tek sefer ihracatta bulunmuş ya da az sayıda pazarda düzensiz ihracattan bulunan,

- Yönetimin ihracat deneyimi bulunmadığını ve ihracatı riskli bulduğu,
- Sistematik ve titiz bir şekilde hedef pazarın araştırılmadığı,
- Kısa zamanda karlılık hedefli ve çoğunlukla talep geldikçe işlevi olan firmalardır (Aksoy, 2019).

3. AKREDİTİFLİ ÖDEME YÖNTEMİNİN KONYA'DAKİ İHRACATÇI İŞLETMELERİN İHRACATTAKİ FİRMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNE ARAŞTIRILMASI

Araştırmanın birinci ve ikinci kısmında konu olan literatür incelenerek çalışma konusu ile ilgili kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu bölümdeyse; araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın modeli ve hipotezleri, araştırmanın varsayımları ve sınırlılıkları, araştırmada evren ve örneklem, araştırmanın yöntemi ve veri toplama ve de verilerin analizine yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın konusu, uluslararası ticarete kullanılan ödeme yöntemleri ve bu ödeme yöntemleri arasında bulunan akreditifli ödeme yönteminin ihracat yapan firmaların üzerine etkisidir. Araştırmaların sonucunda elde edilen bilgiler, uluslararası ticarete bankalar önemli bir şekilde yer alır ve firmalar arasındaki güveni oluşturabilmek için bankalara olan güven de etkili bir rol oynamaktadır. Akreditifli ödeme yöntemi, uluslararası ticarete bankaların sorumluluğunun en fazla olduğu yöntemdir. Bu yöntem de hem alıcının hem de satıcının çıkarları en iyi şekilde korunmaktadır. Bu nedenlerden dolayı da en çok tercih edilen yöntemlerin arasındadır.

Araştırmanın en önemli amacı Konya'da ihracat yapan firmaların akreditifli ödeme yöntemi yaklaşımına göre davranışları ve bu davranışların firmanın faaliyetleri ile arasındaki ilişkidir.

Literatüre bakıldığında, Türkiye'de ihracat yapan firmaların davranışları hakkındaki çalışmaların az olduğu ve Konya ilinde bulunan ihracatçı firmaların akreditifli ödeme yöntemine yönelik davranışlarının ele alınmadığı görülmektedir. Bu sebeple araştırmanın, literatüre fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın amacı ele alındığında, ihracat yapan firmaların, ihracat faaliyetlerinde kullanmış olduğu ödeme yöntemlerinde etkili olan faktörler ile olan ilişkisinin çerçevesinde ele alınması gerekmektedir.

Bu bağlamda 2 temel hipotez ve 22 alt hipotez oluşturulmuştur.

Hipotez Tezi:

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemleri ile firma yaşı, firmada çalışan personel sayısı, firmanın ihracat tecrübesi, ihracatın sürekliliği, firmanın ihracat satış hasılatı, firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı, firmada ihracat departmanının varlığı, firmanın ihracat hedefleri, firmanın ihracatta marka kullanımı, firmanın akreditif yöntemine yönelik bilgi seviyesi ve firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1a: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firma yaşı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1b: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmada çalışan personel sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1c: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracat tecrübesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1d: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile ihracatın sürekliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1e: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracat satış hasılatı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1f: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1g: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmada bulunan ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1h: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracat hedefleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1i: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracatta marka kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1j: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın akreditif yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H1k: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez Tezi:

H2: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın yaşı, firmada çalışan personel sayısı, firmanın ihracat tecrübesi, ihracatın sürekliliği, firmanın ihracat satış hasılatı, firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı, firmada ihracat departmanının varlığı, firmanın ihracat hedefleri, firmanın ihracatta marka kullanımı, firmanın akreditif yöntemine yönelik bilgi seviyesi ve firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2a: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın yaşı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2b: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada çalışan personel sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2c: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat tecrübesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2d: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile ihracatın sürekliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2e: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat satış hasılatı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2f: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

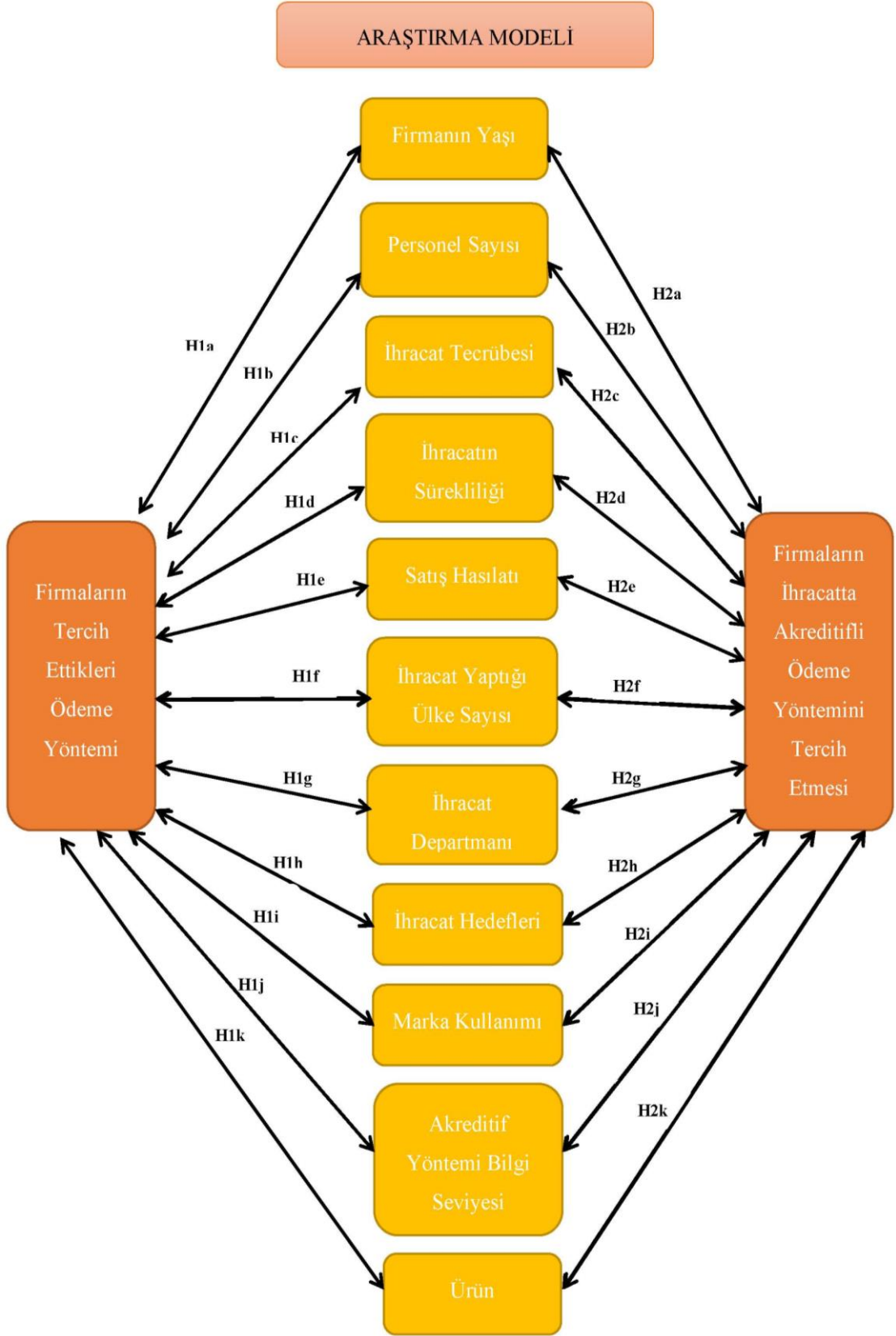
H2g: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada bulunan ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2h: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat hedefleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2i: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta marka kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2j: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın akreditif yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2k: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki vardır.



Şekil 3. Araştırma Modeli

3.3. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Katılımcıların, ankette olan soruları doğru algıladıkları ve objektif şekilde yanıtladıkları düşünülmektedir. Çalışmanın kısıtlarından biri, işletme ölçeklerinin çalışan sayılarına, firmanın kaç yıldır faaliyette bulunduğuna, ihracatın sürekliliğine, ihracat yapılan ülke sayısına, ihracat departmanına ve de ihracat yapma şekline göre tespit edilmesidir. Bu soruların dışında son 3 yılda ortalama net satışları gibi sorulara firmaların doğru cevaplar vereceği düşünülmendiğinden ve ilgili bilgilerin verileri olmadığından, diğer kıstaslar kullanılmıştır. Araştırma kapsamı, maliyet ve zaman kısıtlarından dolayı yalnızca bir ilde ihracat yapan firmalar ile sınırlandırılmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda, farklı illerdeki işletmelerin dahil edilmesiyle kıyaslama yapılabilmesi mümkün olacaktır.

3.4. Araştırmada Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, başka bir söyleyişle ana kütlesi; Konya’da ihracat yapan firmalardan oluşmaktadır. Konya Ticaret Odası’ndan elde edilen verilere göre 2811 firma Konya ilinde ihracat faaliyetinde bulunmaktadır. Araştırmanın alt evreninde ise 54 tane ankete gönüllü katılmayı kabul eden, ihracat yapan firma bulunmaktadır.

Araştırmanın örneklemini belirlemek için kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi, örnek kesimin ana kütleinin içinden belirlenerek, araştırmacının kararlarından oluşan tesadüfi olmayan örnekleme şeklidir. Bu yöntemde veriler, en hızlı, ekonomik ve kolay bir şekilde ana kütlede toplanır. Bazı araştırmacılar bu yöntemin uygulamada %53, Türkiye’de de %90 kullanıldığını ifade etmişlerdir (Aydın, Baran, Haşiloğlu, 2015).

3.5. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama

Çalışmada, veri toplama yöntemlerinden anket tekniği yer almıştır. Anket, kişilerden yazılı ya da sözlü bir şekilde bilgi almak için kullanılmaktadır. Kişiden istenilen bilgiler çevresi, çalıştığı kurumu ya da kendisi ile ilgili çeşitli türden nitel ve nicel veriler olabilmektedir. Bu bilgiler telefonla, yüz yüze görüşerek, posta yoluyla ya da internet ortamında istenebilmektedir. Bu tekniklerden bir tanesi başka bir teknikle aynı anda kullanılabilir (Arıkan, 2018).

Anket formu Google Drives'ta formlar kısmından oluşturulmuş, işletmelere telefon ve e-posta yoluyla gönderilerek veriler toplanmıştır.

Anket formu yapılırken literatürde bulunan anket teknikleri incelenmiş ve araştırma konularının tutarlığı sebebiyle yeni ölçek geliştirilmemiş, onun yerine İter (1999)ın ölçeği üzerinde çalışmalar yapılarak sorular ankete uygun şekilde hazırlanmıştır.

Anket formu 18 sorudan oluşmaktadır. Firmaların ihracat yoğunlukları, akreditifli ödeme yönteminin kullanılması ve demografik özellikleriyle ilgili 1 tane açık uçlu 17 tane yapılandırılmış soru hazırlanmıştır. İlk 8 soruda firmanın demografik yapısı ve ihracatı ne derece bünyesinde bulundurduğundan bahsedilmektedir. Ardından gelen 2 soruda ise firmanın ihracat hedefleri ile ilgili sorular bulunmaktadır. Kalan sorularda ise firmaların fiyatlandırma yöntemi, ödeme yöntemi ve akreditifli ödeme yöntemine karşı yaklaşımı ele alınmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Bu kısım da, firmalara gönderilen anket formları ile elde edilen verilerin araştırma sorusu, hipotezlere ve verilerin analiz edilmesi ele alınmıştır.

3.6.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 1. Katılımcıların Personel Sayısı

İstatistikler						
Firmada bulunan personel sayısı nedir?						
Mean	Variance	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Skewness	Kurtosis
255,78	1077570,33	1038,061	1	7500	6,693	46,992

Tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde araştırmanın yapıldığı firmalara ilişkin sorulan “Firmanızın personel sayısı nedir?” başlıklı sorunun istatistiklerine bakıldığında ortalamanın 255,78 standart sapmanın 1038,061 olduğu görülmektedir. Bunun yanında en düşük çalışan sayısı 1, en yüksek çalışan sayısına sahip firma ise 7500 çalışana sahiptir.

Tablo 2. Katılımcıların İhracat Payı

İstatistikler						
Son üç yılda ortalama olarak toplam satışlarınız içinde ihracatınızın payı nedir?						
Mean	Variance	Std. Deviation	Minumum	Maximum	Skewness	Kurtosis
6,2634	339,683	18,4350	0	100	3,597	13,65

Araştırma yapılan firmalara ilişkin son üç yılda ortalama olarak toplam satışların içindeki ihracat payları da dahildir. Yukarıdaki tablodan hareketle, satışlardaki ortalama ihracat payı %6,2634 olarak bulunurken varyansın 339,683 standart sapmasının ise %18,4305 olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.

Ayrıca minimum ve maksimum değerlere bakıldığında son üç yıldaki satışlarının tamamının ihracat olarak yapan firmaların olduğu da maksimum değer %100 olmasından hareketle söylenebilir.

Tablo 3. Katılımcıların İhracat Yaptığı Ülke Sayısı

İstatistikler						
Birbirinden farklı ihracat yaptığınız ülke sayısı nedir?						
Mean	Variance	Std. Deviation	Minumum	Maximum	Skewness	Kurtosis
24,7	859,08	29,31	2	155	2,427	7,223

Firmaların birbirinden farklı ihracat yaptığı ülke sayısı araştırılırken ortalama birbirinden farklı ülke sayısı 24,7 \approx 25 olarak bulunmuştur. Varyansı 859,08 olan bu araştırma parametresinin standart sapması ise 29,31 olarak bulunmuştur.

Ek olarak minimum ve maksimum değerleri incelendiğinde birbirinden farklı ihracat yapılan ülke sayısı hiçbir zaman 0 (yok) olarak bulunmamıştır. Aynı zamanda en fazla 155 farklı ülkeye ihracat yapan firma da gözlemlenmiştir.

3.6.2. Güvenirlilik Analizi

Ölçeklerin güvenirliliği test edilirken Reliability Analysis yapıldı. Analiz sonucunda elde edilen çıktılar aşağıdaki gibidir.

Tablo 4. Güvenilirlik Analizi

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	52	96,3
	Excluded	2	3,7
Total		54	100

Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,853	24

Test sonucuna göre *Reliability Statistics* kısmından Cronbach's Alpha değerine bakıldığında açıkça ölçeklerin güvenilirliği görülebilmektedir. Ölçeklerin güvenilirliği %85,3 olarak bulunmuştur.

3.6.3. Ölçeklerin Özet İstatistikleri

Ölçeklerin özet istatistikleri aşağıdaki kodlama referans alınarak yapılmıştır:

- Kesinlikle katılıyorum : 1
- Kısmen katılıyorum : 2
- Ne katılıyorum ne katılmıyorum : 3
- Kısmen katılmıyorum : 4
- Kesinlikle katılmıyorum : 5

Örnek olarak, ihracatın iç satışlarına göre daha cazip olması konusunda ortalama eğer 4,5 olarak bulunmuşsa, araştırmaya katılan firmaların ortalama olarak bu ifadeye “kesinlikle katılıyorum” şeklinde yanıt verdiği söylenebilir, şeklinde yorumlanacaktır.

Tablo 5. Katılımcıların İhracat ve İç Satışa Bakış Açısı

Madde İstatistikleri			
Aşağıdaki ifadeler firmamız için geçerlidir.			
	Mean	Std. Deviation	N
İhracat iç satıştan daha caziptir.	1,42	0,776	54
İhracat iç satıştan daha farklı değildir.	3,96	1,283	54
İhracat ilk satışa kıyasla daha risklidir.	3,29	1,289	54
İhracat iç satışa kıyasla daha kârlıdır.	1,46	0,803	54

Yukarıdaki tablodan hareketle kendilerine sunulan ifadelerin firmalar için geçerli olup olmadığı araştırılmıştır.

Bu hususta, firmalar ortalama olarak ihracatın iç satıştan daha cazip olduğunu düşünmektedirler.

Aynı zamanda firmalara yöneltilen ihracatın iç satışlardan farklı olmadığı düşüncesine ise ortalama olarak kısmen katılmıyorum şeklinde yanıt vermişlerdir.

Ortalama olarak firmaların ihracatın iç satışa kıyasla daha karlı olduğu düşüncesi kısmen katıldığı söylenebilirken, ihracatın iç satışlara kıyasla daha riskli olduğu konusuna firmalar nötr kalmıştır.

Tablo 6. Katılımcıların İhracattaki Finansman Kaynakları

Madde İstatistikleri			
İhracatımızın Finansmanı için aşağıdaki kaynakları çokça kullanırız.			
	Mean	Std. Deviation	N
Eximbank veya diğer bankalardan sağlanan ihracat kredileri	3,46	1,565	54
Firmamızın öz kaynakları	1,4	0,721	54
Yabancı banka veya finans kuruluşlarından sağlanan kredileri	3,88	1,308	54
Alıcı firma kaynakları	2,92	1,453	54
Diğer	3,35	1,467	54

İhracatlarının finansmanlarına ilişkin yapılan araştırma ölçeklerinin sonuçlarını içeren yukarıdaki tablodan hareketle;

Firmaların Eximbank veya diğer bankalardan sağlanan ihracat kredilerini kullanma konusunda ortalama olarak “Ne katılıyorum ne katılmıyorum” seçeneğine daha yakın olduğu görülmektedir. Ancak standart sapmasının 5 üzerinden 1,565 olan bu ölçek aynı zamanda bazı firmaların bu fikre gerçekten katılıp bazı firmaların ise gerçekten katılmadığı yönünde yorumlama da yapılabilir.

Firmaların çoğu öz kaynaklarını kullanma konusunda kendilerine yöneltilen, “Firmamızın öz kaynaklarını çokça kullanırız” düşüncesine kesinlikle katıldığı yönünde yanıtladığı anlaşılmaktadır.

Aynı zamanda firmalar ortalama olarak yabancı banka veya finans kuruluşlarından sağlanan kredileri çokça kullanma fikrine katılmamaktadır.

Firmalar, alıcı firma kaynaklarını çokça kullanma fikrine ise ne katılıyor ne de katılmıyor şeklinde nötr bir yanıt verdiği açıkça görülmektedir.

Diğer kaynakları çokça kullanma konusunda ise firmalar bu fikre de ortalama olarak nötr yanıt vermiştir.

Sonuç olarak firmaların ihracatının finansmanı için en net olarak öz kaynaklarını kullandıkları ve yabancı banka veya finans kuruluşlarından sağlanan kredileri kısmen kullanmadıkları çıkarımı yapılmaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların İhracat Açısından Sorun Olabilecek Faktörleri

Madde İstatistikleri			
Aşağıdaki konular firmamız için ihracat açısından sorun olmaktadır.			
	Mean	Std. Deviation	N
Akreditifli ödemeler	3,44	1,32	54
Pazar araştırması	3,08	1,453	54
Teşviklerden yararlanamama	2,85	1,474	54
İhracattaki taşıma maliyetleri	2,38	1,345	54
İhracat finansmanı	3,1	1,445	54
İhracatta hedef pazarın ambalaj ve etiket uygunluk şartları	2,92	1,341	54
Fiyat konusunda rekabetler	2,48	1,336	54
Mal kalitesinde rekabet	2,69	1,449	54
İhracattan kaynaklanan ihracat bedellerinin tahsilatı	2,96	1,357	54
Pazar potansiyeli belirleme	3,08	1,25	54
İhracatın riskli oluşu	3,5	1,291	54
Korumacılık engelleri	3,27	1,315	54
Kur riski	2,71	1,391	54
Politik risk	2,42	1,273	54
İhracattaki ödeme yöntemleri	3,27	1,315	54

Yukarıdaki tabloda ise firmaların belirli konular etrafında kendileri için sorun oluşturup oluşturmadığı hususunda sonuçlar içermektedir.

Bu sonuçlara göre;

Firmalar ortalama olarak akreditifli ödemelerin kendileri için bir sorun teşkil etmesi fikrine ne katılıyorum ne katılmıyorum şeklinde nötr yaklaşmaktadır.

Ayrıca pazar araştırmasının kendileri için sorun teşkil etmesi konusuna da nötr yaklaştığı görülmektedir.

Teşviklerden yararlanamama durumuna ortalama olarak ne katılıyorum ne katılmıyorum şeklinde yorum yapmış oldukları görülmektedir.

Ancak ihracattaki taşıma faaliyetlerinin kendileri için sorun teşkil ettiği fikrine firmalar ortalama olarak kısmen katılıyorum fikrine yakınsayacak şekilde yanıt verdiği çıkarımı yapılmaktadır.

İhracat finansmanı ve ihracatta hedef pazarın ambalaj ve etiket uygunluk şartlarının sorun oluşturduğu yönünde ise firmalar ortalama olarak ne katılıyor ne de katılmıyor şeklinde nötr yaklaştığı görülmektedir.

Fiyat konusundaki rekabetlerin kendisi için sorun oluşturduğuna ise ortalama olarak firmalar kısmen katılıyorum seçeneğine yakınsayarak yakın verdiği sonucuna varılmıştır.

Mal kalitesinde rekabet, ihracattan kaynaklanan ihracat bedellerinin tahsilatı ve pazar potansiyeli belirlemenin de kendileri açısından sorun teşkil etmesi durumuna ne katılıyor ne katılmıyor olarak yanıtlayıp nötr kaldığı görülmektedir.

Firmalar, ihracatın riskli oluşu konusunda bunun kendileri için bir sorun teşkil ettiğine ortalama olarak kısmen katılmıyorum şeklinde yanıtlamıştır.

Korumacılık engelleri, kur riski, politik risk ve ihracattaki ödeme yöntemleri gibi konuların kendileri için bir sorun teşkil edip etmediğine ise yine nötr yanıt vermiş oldukları görülmektedir.

Sonuç olarak firmalara yöneltilen fikirlerin ihracat açısından kendileri için sorun teşkil edip etmediği hususunda hiçbir soruya kesinlikle katılıyorum ya da kesinlikle katılmıyorum şeklinde yaklaşmamıştır.

Firmaların ortalama olarak en çok katıldıkları husus, ihracattaki taşıma faaliyetlerinin kendileri için sorun oluşturması olurken, en çok katılmadıkları durum ise ihracatın riskli oluşunun kendileri için sorun teşkil etmesi olduğu görülmektedir.

3.6.4. Ölçek Skorlarının Normallik Analizi

Ölçek skorlarının çıkarılmasının ardından, çıkarılan ölçek skorları parametrik ya da non-parametrik analizler yapılması konusundaki seçimin yapılabilmesi için normallik testine tabii tutulmuştur.

H0: Ölçek skorlarının dağılımı ile normal dağılım arasında fark yoktur.

H1: Ölçek skorlarının dağılımı ile normal dağılım arasında fark vardır.

Normallik analizinde hipotezler yukarıdaki gibi kurulmuştur. Normallik testi SPSS ile $\alpha=0.05$ (%5 hata) için yapılmış ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Tablo 8. Normallik Testi

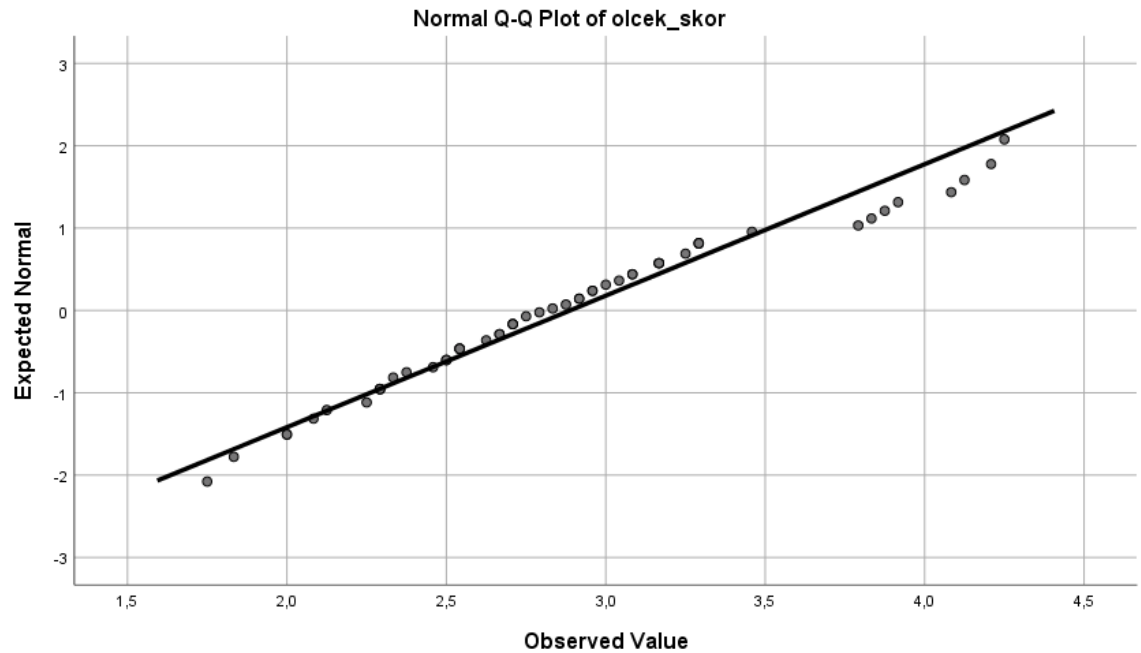
Normallik Testi						
Kolmogorov-Smirnov				Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig
Olcek_skor	0,086	52	0,2	0,962	52	0,095

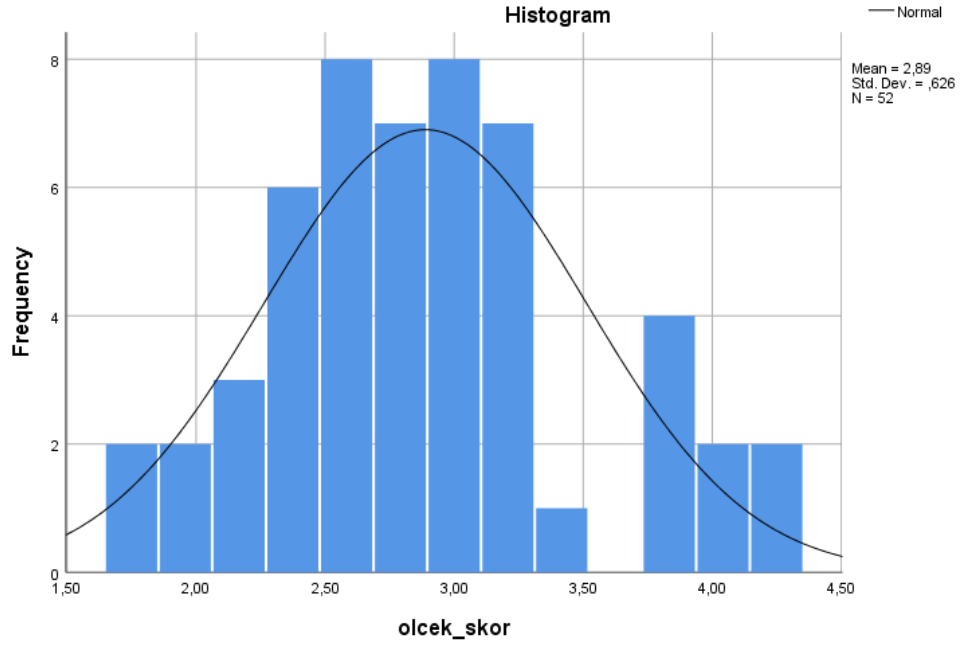
Gözlem sayısı $n>30$ olduğu için normallik testi sonuçlarında Shapiro-Wilk sonuçları esas alınmıştır.

Shapiro-Wilk testi sonucu elde edilen Sig (p-value) 0,095 değeri α değerinden büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilemez.

%95 Güven ile söylenebilir ki ölçek skorlarının dağılımı ile normal dağılım arasında istatistiksel olarak bir fark yoktur.

Ayrıca aşağıdaki Q-Q Grafiği ve histogram grafiklerine göre verilerin dağılımı normal dağılıma yakınsamaktadır.





Normallik testlerine ek olarak ölçek skorlarının tanımlayıcı istatistikleri de incelenmiştir.

Tablo 9. Tanımlayıcı Tablo

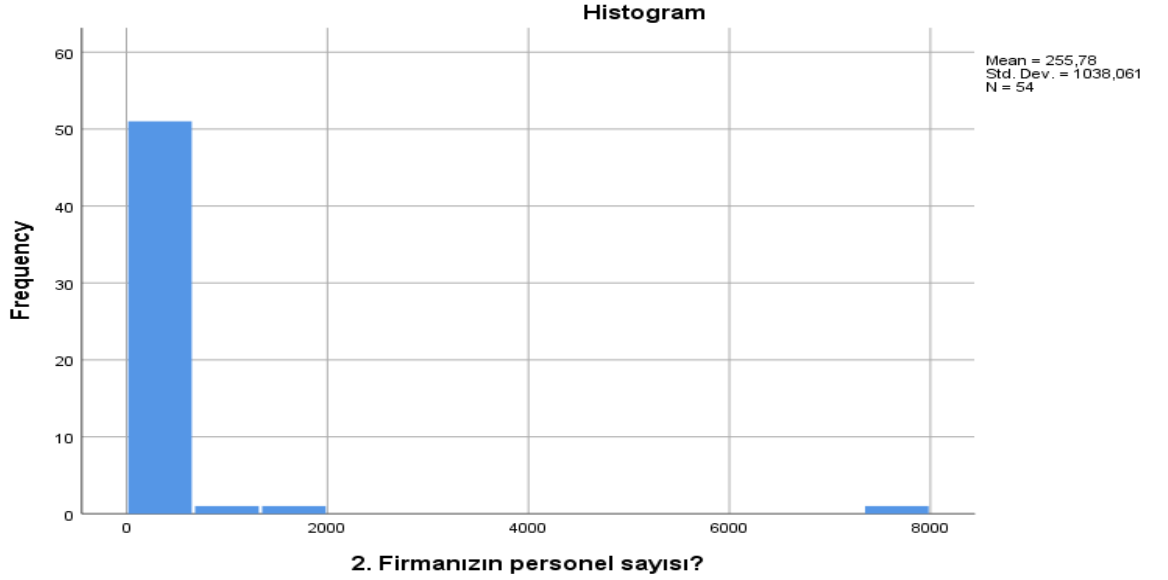
Tanımlayıcı			
		Statistic	Std. Error
Ölçek_skor	Mean	2,8878	0,08685
	Lower Bound	2,7135	
	Upper Bound	3,0622	
	Median	2,8125	
	Variace	0,392	
	Std. Deviation	0,62625	
	Minumum	1,75	
	Maximum	4,25	
	Range	2,5	
	Interquartile Range	0,76	
	Skewness	0,498	0,33
	Kurtosis	-0,261	0,65

Tanımlayıcı istatistiklerden yola çıkarak çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin -2 ile +2 değerleri arasında olmasından, ölçek skor verilerinin normal dağılım gösterdiği çıkarımı yapılmıştır.

3.6.5. Verilerin Görselleştirilmesi

Bu çalışmada bazı sorulardaki verilerin görselleştirilmesi ve yapılan çıkarımların sunumu yapılmıştır.

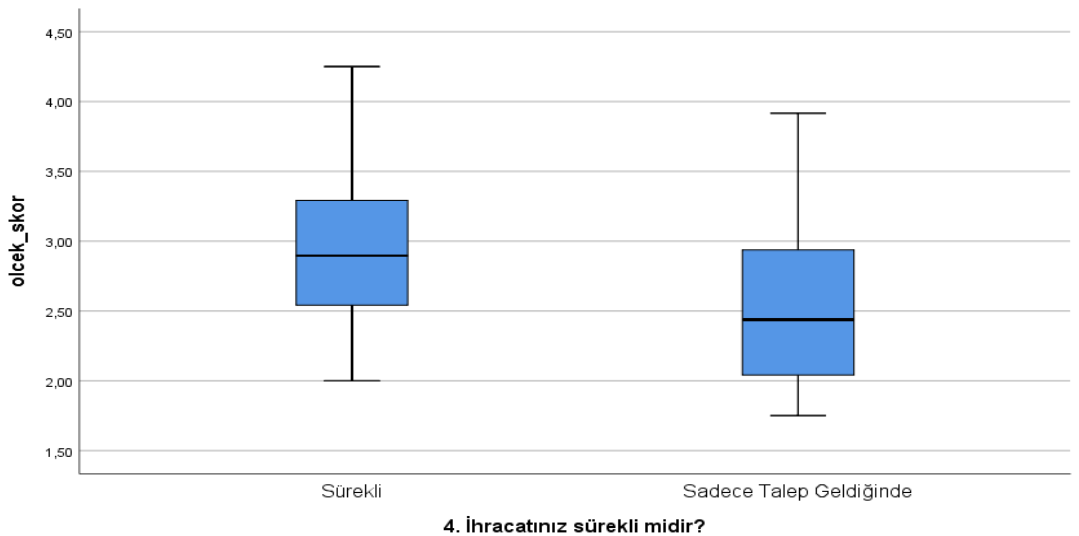
- Firmanızın personel sayısı nedir?



Nicel yanıtların alındığı sorulardan biri olan “Firmanızın personel sayısı nedir?” sorusuna verilen yanıtların histogram grafiği yukarıda görüldüğü gibidir.

Grafikten hareketle firmaların sahip olduğu personel sayısının dağılımının sağa çarpık olduğu çıkarımı yapılmıştır.

- İhracatınız sürekli midir?

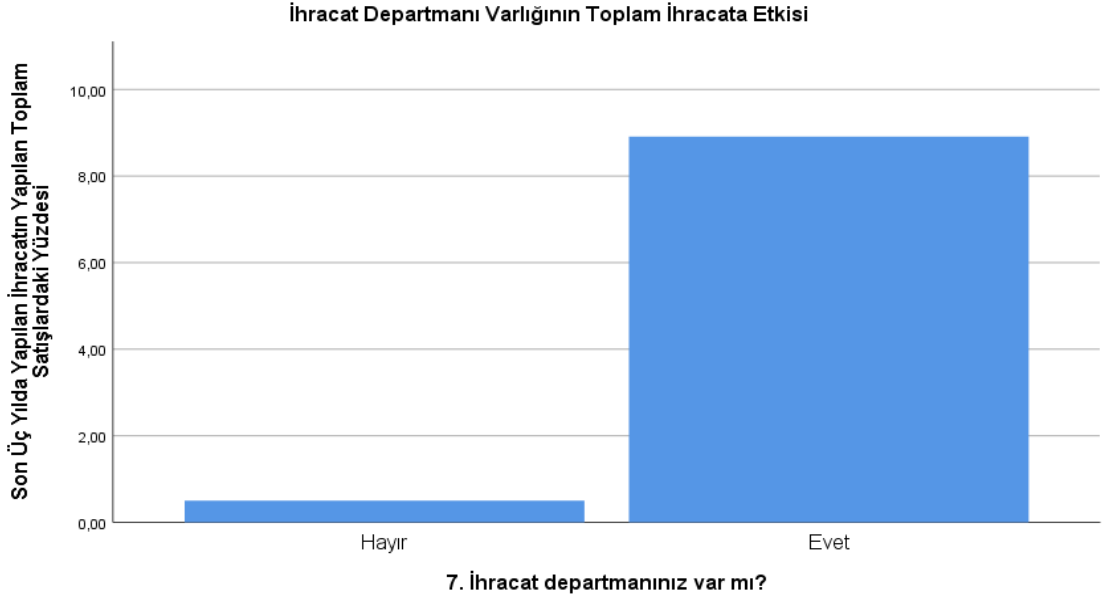


Bir diğer grafik olan yukarıdaki kutu grafiklerinden hareketle, gerek ihracatı sürekli olan firmalar olsun, gerekse de sadece talep geldiğinde ihracat yapan firmalar olsun, verdikleri cevaplar konusunda aykırı veya uç değere sahip olmadıkları çıkarımı yapılmıştır.

Ayrıca sadece talep geldiğinde ihracat yapan firmalara sorulan sorular için ortalama daha fazla “*Katılıyorum*” fikrinde buldukları görülmektedir.

Sadece talep geldiğinde ihracat yapan firmaların ilgili sorulara verdiği cevapların dağılımı çok az sağa çarpıklık gösterirken, sürekli ihracat yapan firmaların dağılımı sadece talep geldiğinde ihracat yapan firmalara göre daha simetrik bir şekilde seyrettiği açıkça görülmektedir.

- İhracat departmanınızın son 3 yıldaki toplam satışlara etkisi nedir?



Firmaların ihracat departmanı açısından ihracatlarına katkı sağlayıp sağlamadığını grafiksel olarak incelendiğinde çok net bir şekilde ihracat departmanı bulunduran firmalar, son üç yılda ortalama olarak ihracatlarının toplam satışa oranını arttırdığı söylenebilmektedir.

- İhracatını yaptığınız malları hangi marka altında satıyorsunuz?



Yukarıdaki grafikten hareketle çoğu firma kendi markası altında satış yaparken, azımsanmayacak kadar firma ise hem kendi hem de bayilerinin markaları altında satışa devam ettiği açıkça görülmektedir.

3.6.6. Hipotez Testleri

Bu çalışmada, araştırması yapılan konulara ilişkin hipotezler kurulup istatistiksel olarak SPSS programı ile $\alpha=0,05$ (%5 hata ile) test edilmektedir.

Yapılan testler süresince normallik testi uygulanmış ve normallik varsayımı sağlanmış paritelere ilişkin kurulan hipotezler parametrik testlere tabii tutulmaktadır.

Kurulan hipotezler ve test süresince bağımsız örneklem T-Testi, tek örneklem ANOVA testi, Post-Hoc testi, varyans homojenliği testi, korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılmaktadır. 22 ana hipotez dışında değişkenlerin arasındaki ilişkiyi incelemek için kurulan hipotezler de araştırmaya katkı sağlaması amacıyla aşağıda gösterilmiştir.

❖ Hipotez Tezi:

H₀: İhracatı sürekli olan firmalar ile sadece talep geldiğinde ihracat yapan firmalar arasında istatistiksel olarak bir fark yoktur.

H1: İhracatı sürekli olan firmalar ile sadece talep geldiğinde ihracat yapan firmalar arasında istatistiksel olarak bir fark vardır.

Yukarıda kurulan hipotezler varyansların eşitliği varsayımı altında bağımsız örneklem testi ile test edilmiştir. Bulgular aşağıdaki gibidir;

Tablo 10. Bağımsız Örneklem Testi

Bağımsız Örneklem Testi			
		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Olcek_skor	Equal variances assumed	0,127	0,723
	Equal variances not assumed		

Bağımsız t-testi çıktısındaki significant (p-değeri=0.723) belirlenene α değeri %5'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilemez. Dolayısıyla %95 güvenle ihracatı sürekli olan firmalar ile sadece talep geldiğinde ihracat yapan firmalar arasında istatistiksel olarak bir fark yoktur şeklinde çıkarım yapılmaktadır.

❖ Hipotez Tezi:

H₀: İhracat departmanı olan firmalar ile ihracat departmanı olmayan firmalar arasında son 3 yılda ihracatın toplam satışa oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: İhracat departmanı olan firmalar ile ihracat departmanı olmayan firmalar arasında son 3 yılda ihracatın toplam satışa oranı bakımından istatistiksel olarak farklıdır.

Yukarıdaki gibi kurulan hipotez %5 hata ile test edilmiştir. Bulgular aşağıdaki gibidir;

Tablo 11. Bağımsız Örneklem Testi

Bağımsız Örneklem Testi			
		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Son üç yılda ortalama olarak toplam satışlarımız içinde ihracatımızın payı nedir?	Equal variances assumed	11,055	0,002
	Equal variances not assumed		

Bağımsız örneklem testlerinden varyansların eşitliği varsayımı altında yapılan test sonuçlarındaki Sig (Önem derecesi) belirlenen α değerinden (%5) küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilmektedir.

%5 Hata ile ihracat departmanı olan firmalar ile ihracat departmanı olmayan firmalar arasında son 3 yılda ihracatın toplam satışa oranı bakımından istatistiksel olarak farklı olduğu çıkarımı yapılmaktadır.

❖ Hipotez Tezi:

H₀: ihracattan kaynaklanan alacakların tahsili konusunda akreditifli ödemeleri kabul eden firmalar ile etmeyen firmaların son 3 yılda ihracatın toplam satışlara oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H₁: ihracattan kaynaklanan alacakların tahsili konusunda akreditifli ödemeleri kabul eden firmalar ile etmeyen firmaların son 3 yılda ihracatın toplam satışlara oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Yukarıda kurulan hipotezler varyansların eşitliği varsayımı altında bağımsız örneklem testi ile test edilmiştir. Bulgular aşağıdaki gibidir;

Tablo 12. Bağımsız Örneklem Testi

Bağımsız Örneklem Testi		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Son üç yılda ortalama olarak toplam satışlarımız içinde ihracatımızın payı nedir?	Equal variances assumed	11.111	0,002
	Equal variances not assumed		

Test sonuçlarından hareketle Sig. değeri (0,002) araştırma başında belirlenen α değerinden (%5) küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilebilmektedir.

Bu bulgudan hareketle %5 hata ile ihracatında akreditifli ödemeleri kabul eden firmalar ile kabul etmeyen firmalar arasında son 3 yılda ihracatın toplam satışlara oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu çıkarımı yapılmaktadır.

Bir sonraki hipotezler için ikiden fazla örneklem grubu arasında istatistiksel olarak fark olup olmadığı incelenecektir. Bu nedenle ANOVA testleri uygulanmaktadır.

❖ Ek olarak firmanın yaşına göre aşağıdaki gruplandırma kullanılmaktadır:

- Yaşı 1-5 arasında olan firmalar: A
- Yaşı 6-10 arasında olan firmalar: B
- Yaşı 11-20 arasında olan firmalar: C
- Yaşı 21-30 arasında olan firmalar: D
- Yaşı 31 ve üzeri olan firmalar: E

Bu gruplamaya göre firmalar arasında fark olup olmadığı araştırılmaktadır. Buna ilişkin %5 hata ile araştırılacak hipotezler aşağıdaki gibidir:

H₀: $\mu_A = \mu_B = \mu_C = \mu_D = \mu_E$ (Gruplar arasında istatistiksel olarak fark yoktur.)

H₁: En az bir μ_j farklıdır (En az bir grup farklıdır.).

ANOVA testi yapmadan önce varyansların homojenliği varsayımının sağlanıp sağlanmadığı araştırılmıştır.

H₀: Varyanslar homojendir.

H₁: Varyanslar homojen değildir.

Yukarıdaki gibi kurulan hipotezler %5 anlamlılık düzeyinde SPSS ile test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur.

Tablo 13. Varyansların Homojenliği Testi

Homojen Varyans Testi				
	Levene Statistic	Df1	Df2	Sig.
Based on Mean	0,929	4	47	0,455
Based on Median	0,792	4	47	0,536
Based on Median and with adjusted df	0,792	4	44,085	0,537
Based on trimmed mean	0,916	4	47	0,463

Homojenlik testi sonuçlarındaki Sig (önem düzeyi) belirlenen hata yüzdesinden (α =%5) büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

%95 Güven ile söylenebilmektedir ki varyanslar homojendir.

Bu nedenle ANOVA testinin varsayımlarından olan varyansların homojenliği varsayımı sağlanmaktadır. Buradan hareketle ANOVA testinin yapılabileceği söylenmektedir.

Tablo 14. ANOVA Testi

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,791	4	0,448	1,156	0,342
Within Groups	18,211	47	0,387		
Total	20,002	51			

Yukarıda yer alan ANOVA testi sonuçlarına göre Sig (önem derecesi=0,342) belirlenen hata payından ($\alpha=5\%$) büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

%95 Güvenle yaşlarına göre gruplanmış firmalar arasında istatistiksel bir fark olmadığı söylenebilmektedir.

- ❖ Personel sayısına ilişkin yapılacak araştırma öncesinde gruplama aşağıdaki gibi yapılmıştır:
 - Personel Sayısı 1-50 arasında olan firmalar: A
 - Personel Sayısı 251-200 arasında olan firmalar: B
 - Personel Sayısı 201-250 arasında olan firmalar: C
 - Personel Sayısı 251-500 arasında olan firmalar: D
 - Personel Sayısı 501 ve üzeri olan firmalar: E

Kurulan hipotezler ve yapılan araştırma yukarıdaki gruplandırmaları esas alarak yapılmıştır.

Gruplar arası fark analizi yapılmadan önce gruplardaki verilerin sahip olduğu varyansların homojenliği test edilmektedir.

- H0: Varyanslar homojendir.
- H1: Varyanslar homojen değildir.

Hipotezler yukarıdaki gibi kurulmuş olup $\alpha=0,05$ değerinde SPSS ile test edilmiştir, test sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 15. Varyansların Homojenliği Testi

Homojen Varyans Testi				
	Levene Statistic	Df1	Df2	Sig.
Based on Mean	1,228	4	47	0,312
Based on Median	0,983	4	47	0,426
Based on Median and with adjusted df	0,983	4	41,549	0,247
Based on trimmed mean	1,238	4	47	0,308

Yukarıdaki test sonuçlarına göre Sig (önem derecesi=0,312) araştırma için belirlenen hata payından ($\alpha=0,05$) büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

%5 Hata ile incelenecek verilerin sahip olduğu varyansların homojen olduğu çıkarımı yapılmaktadır.

Varyansların homojenliği varsayımı sağlanması ile ANOVA testi yapılmıştır.

- $H_0: \mu_A = \mu_B = \mu_C = \mu_D = \mu_E$ (Gruplar arasında istatistiksel olarak fark yoktur.).
- H_1 : En az bir μ_j farklıdır (En az bir grup farklıdır.).

Yukarıdaki gibi kurulan hipotezler ANOVA testi ile test edilmiştir ve sonuçlar aşağıdaki gibi elde edilmiştir.

Tablo 16. ANOVA Testi

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2,613	4	0,653	1,766	0,152
Within Groups	17,389	47	0,37		
Total	20,002	51			

ANOVA testi sonucuna göre Sig (önem derecesi) araştırmanın başında belirlenen hata payından ($\alpha=0,05$) büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

Personel sayılarına ilişkin oluşturulan gruplar arası fark olmadığı %95 güvenle söylenebilmektedir.

- ❖ Firmaların ihraçlarına ilişkin, ihraç edilen ülke sayısı gruplar haline getirilmiş ve aşağıdaki gibi belirlenmiştir:
- İhraç edilen ülke sayısı 1-5 arasında olan firmalar: A

- İhraç edilen ülke sayısı 6-11 arasında olan firmalar: B
- İhraç edilen ülke sayısı 12-20 arasında olan firmalar: C
- İhraç edilen ülke sayısı 21-50 arasında olan firmalar: D
- İhraç edilen ülke sayısı 51 ve üzerinde olan firmalar: E

Gruplar arasındaki farklılığın araştırılması için ANOVA testi yapılması gerekmektedir. Ancak öncesinde varyansların homojenliği varsayımı test edilmiştir.

H0: Varyanslar homojendir.

H1: Varyanslar homojen değildir.

Yukarıdaki gibi kurulan hipotezler SPSS ortamında %5 hata ile test edilip sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur.

Tablo 17. Varyansların Homojenliği Testi

Homojen Varyans Testi				
	Levene Statistic	Df1	Df2	Sig.
Based on Mean	1,572	4	47	0,198
Based on Median	0,928	4	47	0,456
Based on Median and with adjusted df	0,928	4	42,629	0,457
Based on trimmed mean	1,491	4	47	0,22

Varyansların homojenliği için yapılan araştırma sonuçlarına göre, Sig (önem derecesi) araştırma için belirlenen α düzeyinden (0,05) büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilemez. Varyansların homojen olduğu varsayımı %95 güvenle sağlanmıştır.

Gruplar arası farklılığın testi için ANOVA testi yapılma şartı sağlanmıştır. SPSS kullanılarak 0,10 hata ile yapılan test sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 18. ANOVA Testi

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5,097	4	1,274	4,018	0,007
Within Groups	14,905	47	0,317		
Total	20,002	51			

Yukarıdaki ANOVA test sonuçlarından hareketle, Sig (önem derecesi) belirlenen hata payından (0,10) küçük olduğu için yokluk hipotezinin reddedilebileceği çıkarımı yapılmıştır.

Buradan hareketle ihraç edilen ülke sayısına ilişkin oluşturulan gruplar arasında fark olduğu %10 hata ile söylenmektedir.

Gruplar arasında fark olduğu çıkarımından sonra farklılığın hangi gruptan kaynaklandığı bulunmak için Post-Hoc testleri uygulanmıştır.

Tablo 19. Çoklu Karşılaştırma Testleri

Çoklu Karşılaştırma Testleri						
					95% Confidence Interval	
Kategorik ihracat ülke sayısı	Kategorik ihracat ülke sayısı	Mean Difference	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
1-5 Arasında	6-11 Arasında	0,09259	0,24137	1,00	-0,6716	0,8568
	12-20 Arasında	-0,34425	0,23328	0,815	-1,0751	0,3866
	21-50 Arasında	-0,18056	0,24229	0,998	-0,9437	0,5825
	51 ve üzeri	-0,91865	0,33351	0,165	-2,065	0,2277

Tablo 20. Çoklu Karşılaştırma Testleri

Çoklu Karşılaştırma Testleri						
					95% Confidence Interval	
Kategorik ihracat ülke sayısı	Kategorik ihracat ülke sayısı	Mean Difference	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
6-11 Arasında	1-5 Arasında	-0,9259	0,24137	1,00	-0,8568	0,6716
	12-20 Arasında	-43684	0,20159	0,358	-1,0754	0,2018
	21-50 Arasında	-27315	0,21195	0,911	-0,9541	0,4078
	51 ve üzeri	-1,01124	0,31216	0,091	-2,1422	0,1197

Tablo 21. Çoklu Karşılaştırma Testleri

Çoklu Karşılaştırma Testleri						
					95% Confidence Interval	
Kategorik ihracat ülke sayısı	Kategorik ihracat ülke sayısı	Mean Difference	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
12-20 Arasında	1-5 Arasında	0,34425	0,23328	0815	-0,3866	1,0751
	6-11 Arasında	0,43684	0,20159	0,358	-0,2018	1,0754
	21-50 Arasında	0,16369	0,2027	0,996	-0,4724	0,7997
	51 ve üzeri	-0,5744	0,30595	0,623	-1,6971	0,5483

Tablo 22. Çoklu Karşılaştırma Testleri

Çoklu Karşılaştırma Testleri						
					95% Confidence Interval	
Kategorik ihracat ülke sayısı	Kategorik ihracat ülke sayısı	Mean Difference	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
21-50 Arasında	1-5 Arasında	0,18056	0,24229	0,998	0, -5825	0,9437
	6-11 Arasında	0,27315	0,21195	0,911	-0,4078	0,9541
	12-20 Arasında	-0,16369	0,2027	0,996	-0,7997	0,4724
	51 ve üzeri	-0,7381	0,31288	0,342	-1,8672	0,391

Tablo 23. Çoklu Karşılaştırma Testleri

Çoklu Karşılaştırma Testleri						
					95% Confidence Interval	
Kategorik ihracat ülke sayısı	Kategorik ihracat ülke sayısı	Mean Difference	Std. Error	Sig.	Lower Bound	Upper Bound
51 ve üzeri	1-5 Arasında	0,91865	0,33351	0,165	-0,2277	2,065
	6-11 Arasında	1,01124	0,31216	0,091	-0,1197	2,1422
	12-20 Arasında	0,5744	0,30595	0,623	-0,5483	1,6971
	21-50 Arasında	0,7381	0,31288	0,342	-0,391	1,8672

Yukarıda yer alan Post-Hoc testleri sonuçlarına bakılırsa %10 hata gözetildiğinde çıkan sonuçlardan farklılığın “6-11 Arasında” grubu ile “51 ve üzeri” gruplarından kaynaklandığı çıkarımı yapılmıştır.

- H0: “6-11 Arasında” grubu ile “51 ve üzeri” arasında istatistiksel olarak fark yoktur.

- H1: “6-11 Arasında” grubu ile “51 ve üzeri” arasında istatistiksel olarak fark vardır.

İlgili gruplara özel olarak hipotez kurulup test edildiğinde ise, Sig (Önem derecesi=0,091) belirlenen hata payı 0,10’dan küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilebilir. Dolayısıyla %90 güvenle bu iki grup arasında fark olduğu çıkarımı yapılmıştır.

ANOVA testi sonucunda gruplar arası farklılık bulunmuş olup, bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığına ilişkin yapılan Post-Hoc testi sonucuna göre farklılık “6-11 Arasında” grubu ile “51 ve üzeri” grubundan kaynaklanmaktadır.

ANOVA analizi kısmından sonra yapılacak olan analizler regresyon analizidir. Bu kısımdan sonra çeşitli hipotezler kurularak çeşitli değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Çalışmanın anlaşılır kılınması amacıyla bu hipotezlerden bazıları aşağıda gösterilmiştir.

- H0: Son üç yılda yapılan ihracatın toplam satışa oranı ile firmaların personel sayısı arasında doğrusal bir ilişki yoktur.
- H1: Son üç yılda yapılan ihracatın toplam satışa oranı ile firmaların personel sayısı arasında doğrusal bir ilişki vardır.

Yukarıda kurulan hipotezler katsayı analizine tabi tutulup sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Tablo 24. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,924	1,768		1,654	0,104
Firmanızın personel sayısı	0,013	0,002	0,735	7,856	0,000

Katsayıların çıktısına göre kurulan model aşağıdaki gibidir:

$$y = 2.924 + 0.013x$$

Y: Firmanın yaptığı ihracatların toplam satışlara oranı

X: Firmanın personel sayısı

Ayrıca bağımsız değişken olan personel sayısının modele katkısı ölçülmüştür.

- H0: Bağımsız değişkenin modele katkısı anlamsız
- H1: Bağımsız değişkenin modele katkısı anlamlı.

Yukarıdaki katsayılar çıktısının ilgili bağımsız değişkeni kısmının Sig (Önem derecesi) belirlenen hata payı 0,05 'ten küçük olduğu için bağımsız değişkenin modele katkısı anlamlıdır şeklinde çıkarım yapılmıştır.

Kurulan modelin anlamlılığı da aşağıdaki hipotezlere göre %5 hata ile test edilmiştir.

H0: Modelin anlamlılığı = 0 (Kurulan model anlamlı değil).

H1: Kurulan model anlamlı

Tablo 25. ANOVA Testi

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	9736,569	1	9736,569	61,246	0,000
Residual	8266,655	52	158,974		
Total	18003,224	53			

Yukarıda yer alan ANOVA test sonucundaki Sig (Önem derecesi) belirlenen hata payı 0,05'ten küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilmiştir.

%95 Güvenle kurulan modelin anlamlı olduğu çıkarımı yapılmıştır.

- 2 temel hipotezin oluşturduğu 22 alt hipotez aşağıdaki gibidir:

H1a Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın yaşı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın yaşı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıda kurulan hipotezler %5 hata ile SPSS ortamında test edilmiştir.

Tablo 26. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	4,959	23,686		0,209	0,835
Firmanızın kuruluş yılı	-0,001	0,012	-0,015	-0,11	0,913

Çıktısı yukarıdaki gibi olan analizin Sig (Önem derecesi) test için belirlenen hata payı 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilemez.

%95 Güvenle firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın yaşı arasında anlamlı bir ilişki yoktur, şeklinde bir çıkarım yapılmıştır.

H1b Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmada çalışan personel sayısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmada çalışan personel sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıda yer alan hipotezler %5 hata ile SPSS ortamında test edilmiştir.

Tablo 27. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,39	0,224		10,659	0,000
Firmanızın personel sayısı	0	0	-0,098	-0,713	0,479

Test sonucunda çıkan Sig (Önem derecesi) değeri belirlenen hata payından büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilemez.

%95 Güvenle firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmada çalışan personel sayısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur şeklinde çıkarım yapılmıştır.

H1c Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat tecrübesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat tecrübesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıda kurulan hipotez %5 hata ile SPSS ortamında test edilmiştir.

Tablo 28. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,321	0,294		7,887	0,000
Firmanız kaç yıldır ihracat faaliyetinde bulunuyor?	0,003	0,020	0,021	0,154	0,878

Test sonucunda elde edilen önem derecesi test için belirlenen hata payından büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilemez. %95 Güvenle firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat tecrübesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur şeklinde çıkarım yapılmıştır.

H1d Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle ihracatın sürekliliği arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle ihracatın sürekliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler 0,05 hata ile SPSS ortamında test edilmiştir ve sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 29. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,643	0,678		3,899	0,000
İhracatınız sürekli midir?	-0,238	0,525	-0,063	-0,453	0,652

Katsayı çıktılarına göre bağımsız değişkene ilişkin Sig (Önem derecesi) test için belirlenen hata payı 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

Bu nedenle firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemleriyle ihracatın sürekliliği arasında bir ilişki olmadığı %95 güvenle söylenebilmekte olduğu çıkarımı yapılmaktadır.

H1e Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat satış hasılatı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat satış hasılatı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata ile SPSS ortamında test edilmiştir. Sonuçlar ise aşağıdaki gibi elde edilmiştir:

Tablo 30. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,432	0,229		10,637	0,000
Son üç yılda ortalama olarak toplam satışlarınız içinde ihracatınızın payı nedir?	-0,013	0,012	-0,149	-1,084	0,283

Katsayı testinin sonuçlarına göre hipotezlere ilişkin kurulan modeldeki bağımsız değişkenin (Son üç yılda ortalama olarak toplam satışlarınız içinde ihracatınızın payı

nedir?) Sig (Önem derecesi)'nin test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için modele katkısı anlamlı bulunmamaktadır.

Bu nedenle firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemleriyle firmaların ihracat satış hasılatı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı %5 yanılma payı ile çıkarımında bulunmaktadır.

H1f Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilip elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Tablo 31. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,546	0,284		8,962	0,000
Birbirinden farklı ihracat yaptığımız ülke sayısı nedir?	-0,008	0,007	-0,145	-1,056	0,296

Test sonuçlarına göre kurulan modele ilişkin bağımsız değişkenin önem derecesi (Sig. = 0,296) test için belirlenen hata payı 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

Bu nedenle bağımsız değişkenin modele katkısı anlamsızdır. Firmaların tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı %95 güvenle çıkarılmaktadır.

H1g Alt Hipotezi

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmada ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmada ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler 0,05 α derecesi ile SPSS ortamında test edilip, elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Tablo 32. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,499	0,834		3,037	0,000
İhracat departmanınız var mı?	-0,087	0,471	-0,026	-0,186	0,853

Kurulan modele ilişkin bağımsız değişkenin test sonuçlarındaki önem derecesi 0,853 değeri test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

%95 Güvenle bağımsız değişkenin modele katkısının anlamlı olmadığı çıkarılmaktadır.

Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmada ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı %5 hata ile söylenebilmektedir.

H1h Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat hedefleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracat hedefleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler SPSS ortamında 0,05 α düzeyinde test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur.

Tablo 33. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	3,144	0,594		5,296	0,000
İhracatınızda önümüzdeki yıllar için hedefleriniz nelerdir?	-0,2923	0,205	-0,195	-1,431	0,158

Test sonucunda elde edilen önem derecesi 0,158 test için belirlenen α düzeyi 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

Bu nedenle firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemleriyle firmanın ihracat hedefleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığına çıkarımı %95 güven düzeyiyle yapılmaktadır.

H1i Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracatta marka kullanımını arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracatta marka kullanımını arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler SPSS ortamında 0,05 hata ile test edilmiştir. Sonuçlar aşağıdaki gibidir;

Tablo 34. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,218	0,880		2,521	0,015
İhracatını yaptığınız malları hangi marka altında satıyorsunuz?	0,039	0,251	0,022	0,157	0,876

Test sonucundaki Sig (Önem derecesi) 0,876 test için belirlenen hata payı 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

Bu nedenle firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracatta marka kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı %5 hata ile çıkarılmaktadır.

H1j Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 35. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1,228	0,885		1,388	0,171
Akreditifli ödeme yöntemi konusunda ne kadar bilgi sahibisiniz?	0,285	0,218	0,179	1,310	0,196

Test sonuçlarına göre bağımsız değişkene ilişkin Sig. Değeri 0,196 test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı çıkarımı %5 hata payı ile yapılmaktadır.

H1k Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracatta satışını uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracatta satışını uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 36. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,590	0,407		6,358	0,000
Dış pazarlarda sattığımız ürün çeşitleri aşağıdaki gibidir.	-0,114	0,165	-0,095	-0,692	0,492

Test sonuçlarına göre bağımsız değişkene ilişkin Sig. Değeri 0,492 test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı çıkarımı %5 hata payı ile yapılmaktadır.

H2a Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın yaşı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın yaşı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 37. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	5,268	6,958		0,757	0,452
Firmanızın kuruluş yılı nedir?	-0,002	0,003	-0,071	-0,515	0,609

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,609 test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir

%95 Güvenle firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın yaşı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı çıkarımı yapılmaktadır.

H2b Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada çalışan personel sayısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada çalışan personel sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler SPSS ortamında 0,05 hata payı ile test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 38. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1,669	0,066		25,402	0,000
Firmanın personel sayısı nedir?	-6,428E-5	0,000	0,142	1,037	0,305

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,305 test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir

%95 Güvenle testi yapılan iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı çıkarımı yapılmaktadır.

H2c Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat tecrübesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat tecrübesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 39. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1,554	0,082		18,874	0,000
Firmanız kaç yıldır ihracat faaliyetinde bulunuyor?	0,014	0,006	0,314	2,381	0,021

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,021 test için belirlenen α değeri 0,05'ten küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilebilmektedir.

Bu nedenle %95 güvenle firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat tecrübesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu çıkarımı yapılmaktadır.

Test sonuçlarından elde edilen model sonucu aşağıdaki gibidir:

$$y = 1,554 + 0.014x$$

Y: Firmanın ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi.

X: Firmanın ihracat tecrübesi

H2d Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile ihracatın sürekliliği arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile ihracatın sürekliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 40. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	2,107	0,190		11,078	0,000
İhracatınız sürekli midir?	-0,345	0,147	-0,309	-2,343	0,023

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,023 test için belirlenen α değeri 0,05'ten küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilebilmektedir.

%5 Hata payı ile firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile ihracatın sürekliliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu çıkarımı yapılmaktadır.

Bağımsız değişkenin modele katkısı anlamlı olduğu için kurulan model aşağıdaki gibidir:

$$y = 2,107 - 0.345x$$

Y: Firmanın ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi.

X: Firmanın ihracatının sürekli olup olmaması

H2e Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat satış hasılatı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat satış hasılatı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur.

Tablo 41. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1,651	0,067		24,824	0,000
Son üç yılda ortalama olarak toplam satışlarınız içinde ihracatınızın payı nedir?	0,005	0,003	0,214	1,580	0,120

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,120 test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

%95 Güvenle Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat satış hasılatı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı çıkarımı yapılmaktadır.

H2f Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 42. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1,560	0,080		19,448	0,000
Birbirinden farklı ihracat yaptığımız ülke sayısı nedir?	0,005	0,002	0,316	2,400	0,020

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,020 test için belirlenen α değeri 0,05'ten küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilebilmektedir.

%95 Güvenle firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki olduğu çıkarımı yapılmaktadır.

İlişkiyi gösteren model aşağıdaki gibidir:

$$y = 1,560 + 0.005x$$

Y: Firmanın ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi.

X: Firmanın ihracat yaptığı birbirinden farklı ülke sayısı

H2g Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 43. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	0,868	0,212		4,095	0,000
İhracat departmanınız var mı?	0,485	0,121	0,485	3,998	0,000

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,000 test için belirlenen α değeri 0,05'ten küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilebilmektedir.

%95 Güvenle firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu çıkarımı yapılmaktadır.

Test sonucu kurulan model aşağıdaki gibidir:

$$y = 0,868 + 0.485x$$

Y: Firmanın ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi.

X: Firmanın ihracat departmanının varlığı

H2h Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat hedefleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat hedefleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur.

Tablo 44. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1,550	0,117		8,750	0,000
İhracatınızda önümüzdeki yıllar için hedefleriniz nelerdir?	0,050	0,061	0,113	0,818	0,417

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,417 test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

%95 Güvenle firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat hedefleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı çıkarımı yapılmaktadır

H2i Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta marka kullanımı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta marka kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 45. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	1,717	0,259		6,629	0,000
İhracatını yaptığınız malları hangi marka altında satıyorsunuz?	-0,010	0,074	-0,018	-0,129	0,898

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,898 test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

%95 Güvenle firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta marka kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı çıkarımı yapılmaktadır.

H2j Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 46. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	0,860	0,237		3,627	0,001
Akreditifli ödeme yöntemi konusunda ne kadar bilgi sahibisiniz?	0,209	0,058	0,446	3,590	0,001

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,001 test için belirlenen α değeri 0,05'ten küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilebilmektedir.

%95 Güvenle firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında anlamlı bir ilişki olduğu çıkarımı yapılmaktadır.

Test sonucu kurulan model aşağıdaki gibidir:

$$y = 0,860 + 0.209x$$

Y: Firmanın ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi.

X: Firmanın akreditifli ödeme yöntemi konusundaki bilgi düzeyi

H2k Alt Hipotezi:

H0: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yukarıdaki hipotezler %5 hata payı ile SPSS ortamında test edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki gibi bulunmuştur;

Tablo 47. Katsayı

Katsayı					
	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	1,672	0,120		13,880	0,000
Dış pazarlarda sattığımız ürün çeşitleri aşağıdaki gibidir.	0,006	0,049	0,017	0,125	0,901

Test sonuçlarına göre Sig. Değeri 0,901 test için belirlenen α değeri 0,05'ten büyük olduğu için yokluk hipotezi reddedilememektedir.

%95 Güvenle firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki olmadığı çıkarımı yapılmaktadır.

3.7. Bulgular

Yapılan araştırma sonucunda katılım sağlayan firmalar bakımında, firmaların çoğu ortalama olarak ihracatı iç satışlardan daha cazip bulmaktadır. Ayrıca ihracatı iç satışlardan farklı bulmaktadır.

Firmalar ihracatlarının finansmanı için, firmanın öz kaynaklarını çokça kullanmakta olduklarını belirtmektedirler. Ek olarak yabancı banka veya finans kuruluşlarından sağlanan kredileri ise kullanmamaktadırlar.

Bunlara ilave olarak ise firmalara yönetilen sorulardan çıkarsama olarak, firmalar kendileri için ihracat açısından spesifik bir sorun görmemektedirler.

Araştırma hipotezleri ise, bağımsız örneklem t-testleri, ANOVA testleri, katsayı testleri ve regresif analizlere tabii tutulmuştur. Sonuç olarak aşağıdaki çıkarımlar yapılmıştır:

İhracat departmanı olan firmalar ile ihracat departmanı olmayan firmalar arasında son 3 yılda ihracatın toplam satışa oranı bakımından istatistiksel olarak farklıdır.

İhracatında akreditifli ödemeleri kabul eden firmalar ile kabul etmeyen firmalar arasında son 3 yılda ihracatın toplam satışlara oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

Firmaların ihraç ettiği birbirinden farklı ülke sayısı gruplandırılmış ve bu gruplar arasında farklılık bulunmuştur. Farklılık ise “6-11 Arasında” ile “51 ve üzeri” gruplarından kaynaklanmaktadır.

İlişkilere yönelik kurulan hipotez testleri sonucunda ise aşağıdaki çıkarımlar yapılmıştır:

Son üç yılda yapılan ihracatın toplam satışa oranı ile firmaların personel sayısı arasında doğrusal bir ilişki vardır.

Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmaların ihracat tecrübesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile ihracatın sürekliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmaların ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada ihracat departmanının varlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırılan hipotez testlerine ilişkin tüm hipotezler ve sonuçları aşağıda yer almaktadır:

Tablo 48. Firmaların Ödeme Yöntemine Göre Davranışı

Kurulan Hipotez	Hipotez Testi Sonucu
H1a: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firma yaşı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1b: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmada çalışan personel sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1c: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracat tecrübesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1d: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile ihracatın sürekliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1e: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracat satış hasılatı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1f: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1g: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmada bulunan ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1h: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracat hedefleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1i: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracatta marka kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1j: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın akreditif yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H1k: Firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemi ile firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.

Tablo 49. Firmaların Akreditifli Ödeme Yöntemine Göre Davranışı

Kurulan Hipotez	Hipotez Testi Sonucu
H2a: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın yaşı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H2b: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada çalışan personel sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H2c: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat tecrübesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.
H2d: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile ihracatın sürekliliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.
H2e: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat satış hasılatı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H2f: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat yaptığı ülke sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.
H2g: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmada bulunan ihracat departmanının varlığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.
H2h: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracat hedefleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H2i: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta marka kullanımı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.
H2j: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın akreditif yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmiştir.
H2k: Firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ile firmanın ihracatta uyguladığı ürün arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edilmemiştir.

Araştırmanın bulgularından yapılan çıkarımlar, “Sonuç ve Öneriler” bölümünde tartışılmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı ihracat faaliyetinde bulunan firmaların akreditifli ödeme yöntemine yönelik davranışlarının araştırılmasıdır. Bu amaçla hipotezler Konya ilinde ihracat yapan firmaların davranışlarının hangi nitelikte olup ve hangi faktörlerin ihracat davranışının belirlenmesinde etkili olduğu sorularına yanıt aranmıştır.

Literatüre bakıldığında; ihracat davranışı ile ilgili çalışmalar yapılmasına rağmen ihracat davranışlarının akreditifli ödemeler karşısındaki yaklaşımını ele alan çok az çalışma bulunmaktadır. Bu nedenle, araştırmanın, literatürde fayda yaratacağı düşünülmektedir.

Çalışmadaki hipotezler ile ihracat davranışlarının hangi faktörlerle ilişkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Bunlar hipotezlerin alt hipotezleri olarak firma yaşı, personel sayısı, firmanın ihracat tecrübesi, ihracatın sürekliliği, firmanın ihracat satış hasılatı, ihracat yapılan ülke sayısı, ihracat departmanının varlığı, ihracat hedefleri, ihracattaki marka kullanımı, firmanın akreditifli yöntemine yönelik bilgi seviyesi ve uyguladığı ürün şeklinde araştırılmıştır.

Araştırma yöntemi nicel araştırma yöntemi niteliğindedir. Bu nedenle hipotezlerin analizlerinin yapılabilmesi için araştırma modelindeki belirleyici değişkenleri ölçen bir anket oluşturularak Konya ilinde ihracat faaliyeti gösteren firmaların katılımlarıyla oluşmuştur.

Çalışmanın evreninde Konya ilinde ihracat yapan firmalar bulunmaktadır. Gönüllü firmaların anket uygulamasına katılması sonucunda 54 geçerli veri elde edilmiştir. Araştırmada, İter(1999)'in geliştirmiş olduğu ölçek üzerinde bazı düzenlemeler yapılarak veriler elde edilmiştir.

Verilerin analizi bölümünde tanımlayıcı ve çıkarımsal analizler yer almıştır. Bu aşamada firmada bulunan personel sayısı, son 3 yılda ortalama olarak toplam satışların içindeki ihracat payı ve ülke sayısı gibi faktörlerin özellikleri tablo ve açıklamalarıyla gösterilmiştir.

Tanımlayıcı analizlerden sonra elde edilen verilerin güvenilirliği test edilmiştir. Çalışmadaki ölçeklerin güvenilirliği Reliability Analysis ile yapılmıştır. Test sonuçlarının olduğu kısımda Reliability Statistics kısmından Cronbach's Alpha değeri incelendiğinde

ölçeklerin güvenilirliği açıkça görülmektedir. Güvenilirlik oranının %85.3 olduğu saptanmıştır.

Çıkarımsal analizler aşamasında ise hipotezler test edilmiştir. 2 hipotez ve 24 alt hipotez vardır. Hipotezlerin test edilmesi için Bağımsız Örneklem T-Testi, Tek Örneklem ANOVA Testi, Varyans Homojenliği Testi, Korelasyon Analizi ve Regresyon Analizi yapılmaktadır.

Hipotez 1'in 12 alt hipotezinin test edilmesi sonucu firmaların ihracatta tercih ettikleri ödeme yöntemiyle firma yaşı, firmada çalışan personel sayısı, firmanın ihracat tecrübesi, ihracatın sürekliliği, ihracat satış hasılatı, ihracat yaptığı ülke sayısı, firma ihracat departmanının varlığı, firmanın ihracat hedefleri, marka kullanımı, firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik bilgi seviyesi ve ihracatta satışını uyguladığı ürün arasında yokluk hipotezi reddedilememiştir ve %95 güvenle anlamlı bir ilişki kurulamamıştır.

Hipotez 2'nin 12 alt hipotezinin test edilmesi sonucu firmaların ihracatta akreditifli ödeme yöntemini tercih etmesi ve firma yaşı, firmada çalışan personel sayısı, firmanın ihracat satış hasılatı, firmanın ihracat hedefleri, marka kullanımı ve ihracatta satışını uyguladığı ürün arasında yokluk hipotezi reddedilememiştir ve %95 güvenle anlamlı bir ilişki kurulamamıştır. Firmanın ihracat tecrübesi, ihracatın sürekliliği, ihracatın yapıldığı ülke sayısı, ihracat departmanının varlığı ve firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik bilgi seviyesi arasında yokluk hipotezi reddedilmiş ve %95 güvenle anlamlı bir ilişki olduğu test edilmiştir.

İki hipotezin de sonuçlarına bakıldığında firmaların ihracatta akreditif dışında bir ödeme yöntemi tercih ettiğinde firma içindeki demografik yapısı ve ihracatla ilgili diğer faktörler sorun düzeyi oluşturmazken, akreditifli ödeme yöntemini tercih ettiklerinde ihracat tecrübesi, sürekliliği, ülke sayısı ve akreditif ile ilgili bilgi seviyesi önem arz etmiştir. Bu da ihracatçı firmaların riski en aza indirmek ve kendini güvence altına alabilmesi için gerekli bilgi, tecrübe ve ihracatın yoğunluğunun etkili olduğunu göstermektedir. İhracat yapan firmaların akreditif konusunda eğitim almış personel alması ya da bünyesindeki personellerini akreditif alanında yetiştirmesi firmanın akreditifli ödeme yöntemine yönelik ihracatında olumlu anlamda etkili olacağı düşünülmektedir. İhracatın sürekliliğinin sağlanabilmesi için ise, önündeki engelleri belirlenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Bunlara örnek olarak kısa vadeli düşünme, hedef belirleyememe,

kurumsal kimliğinin olmaması ve pazarlama eksikliği gibi konular gösterilmektedir. Sürekliliğin sağlanması doğrultusunda elde edilen tecrübenin artacağı ve yeni pazar alanının genişleyeceği n görülmektedir.

Türkiye’de bulunan işletmelerin ihracat davranışı hakkında çok fazla literatür bulunmamaktadır. Farklı ülkelerdeki ihracat davranışıyla alakalı literatür de az bulunmaktadır. Araştırmanın bulgularında işletmelerin geneli ortalama olarak ihracatı i satışlardan daha cazip ve farklı bulduğu görülmektedir. İşletmeler ihracatların finansmanı için özkaynaklarını oldukça kullanmakta ve de finans kuruluşları veya yabancı bankalardan gelen kredileri kullanmadıkları öngörülmektedir. Ayrıca işletmelere sorulan sorulardan çıkarılan, işletmeler kendileri için ihracat bakımından spesifik bir sorun görmediği anlaşılmaktadır.

İhracatın payı ve önemi açısından işletmelere bakıldığında ihracat davranışlarının analiz edilmesi oldukça önemlidir. Konya ilinde bulunan ihracatçılar üzerine literatürde çalışma bulunmamaktadır. Gelecek araştırmalarda ihracat davranışlarının başka ülkeler ve şehirlerde oluşturulmasının literatür araştırmalarında fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, S., & Görsün, M. R (2020). Dış Ticaret İşlemleri. Ankara.
- Arslançan, T., & Karakaya, G (2020). Akreditif Ödeme Şekline İlişkin Hile Vakaları Üzerine Bir Değerlendirme. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*.
- Aksoy, B (2019). Kobilerin İhracat Davranışları: Konya Otomotiv Yan Sanayi Sektöründe Kobiler Üzerine Bir Araştırma. Konya.
- Bayram, O (2019). Uluslararası Ticarete Tahsil Esasına Dayalı Ödeme Şekilleri (Collection Basis) ve Uygulama Adımları. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,223-230.
- Demir, E (2019, Ağustos). Uluslararası Ticarete Akreditifli İşlemlerin İthalatçı ve İhracatçı Bakış Açısından İncelenmesi. İstanbul.
- Karakaya, G (2019, Şubat). Uluslararası Ticarete Akreditif İşlemleriyle İlgili Firmalar Düzeyinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. İstanbul.
- Meral, Y (2019). Uluslararası Ticaret, Ülke Riski ve Finansman Metodu Olarak Teyitli Akreditifler: Uygulamada Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar. İstanbul, Beykoz.
- Arıkan, R (2018). Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (97-159).
- Helian Xu, G. P (2018). Research on the Peer Effect of Firm's Export Behavior. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Techonology Educations.*,485-504.
- Oktay, B (2018, Temmuz). Dış Ticarete Ödeme Şekilleri ve Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi'nde Dış Ticaret Faaliyetinde Bulunan Firmaların Ödeme Tercihleri. Eskişehir.
- Öztürk, A (2018). Dış Ticarete Ödeme Yöntemlerinin Tercih Nedenlerini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama: Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği. Rize.
- Ting Chen, X. C (2018). Export Behavior and Firm İnnovation: New Method and Evidence. *Economics Letters*,76-78.
- Ağsakal, A., & Erkan, M. K (2016). Türkiye'de Dış Ticarete Ödeme Şekilleri ve Faiz Oranları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*.
- Ahmet Selçuk Dizkırıcı, B. T (2016). İhracatta Akreditifli Ödeme Yöntemlerinin Değerlendirilmesi, Bir Katılım Bankası Örneği.
- Gündoğdu, N (2016). Dış Ticarete Teslim ve Ödeme Şekillerinde Eğitim Gereklilerinin Belirlenmesi. Nevşehir.
- Karakuş, A (2016, Şubat). Katılım Bankacılığında Dış Ticaret Finansmanı . İstanbul.
- Küsmez, Y. N (2016). Dış Ticarete Ödeme Teslim Şekilleri.
- Özbatan, O (2016). Dış Ticaretin Finansmanı ve Dış Ticarete Kullanılan Ödeme Yöntemleri ile Makroekonomik Göstergeler Arasındaki İlişki. Antalya.
- Özçelik, O (2022). Ekonomik ve Siyasi Belirsizliklerin Türkiye'nin Dış Ticarete Ödeme Şekli Tercihlerine Etkileri: Doğrusal Olmayan Asimetrik ESTAR Koentegrasyon Testi ile Sınama. *BMIJ*,380-398.

- Kahraman, A. Ü (2015, Kasım). Kobilerin İhracat Davranışını Etkileyen Faktörler: Aksaray Organize Sanayii Bölgesindeki Kobiler Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Konya.
- Kodalak, O (2015, Aralık). UCP 600'E Göre Düzenlenen Akreditiflerin Analizi: Bir Katılım Belgesi Örneği.
- Selçuk Burak Haşıroğlu, T. B (2015). Pazarlama Araştırmalarındaki Potansiyel Problemlere Yönelik Bir Araştırma: Kolayda Örneklem ve Sıklık İfadeli Ölçek Maddeleri. Pamukkale Bilişim Dergisi,19-28.
- Canitez, M., & Ünüsan, Ç (2014). *Dış Ticaret İşlemler ve Uygulamalar*. Konya: Gazi Kitabevi.
- Deynekli, P. D (2014). Uluslararası Ticarete Vesaik Mukabili Ödeme. *International Conference on Eurasian economies*.
- Gökgöz, A., & Şeker, A (2014). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi*. Bursa, Dora.
- Aksoy, R., & Yıldırım, C (2013). Zonguldak İlinde İhracat Yapan Firmaların İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar.
- Cesur, Ö (2013). Akreditifli Ödeme Şeklinde Bankaların Sorumluluğu ve Karşılaşılabilecek Sorunlara Çözüm Önerileri. İstanbul.
- Ting Chi, Y.S (2013). Development of Firm Export Market Oriented Behavior: Evidence Form and Emerging Economy. *International Business Review*,339-350.
- Bağcı, K (2012). Export behavior of German SMEs in the Eurozone.
- Milanzi, M. A (2012). The Impact of Barriers on Export Behavior of a Developing Country .
- Şirinpınar, A (2012, Nisan). Dış Ticarete Akreditif İşlemlerinde Operasyonel Risklerin Önlenmesi.
- Kılıç, Ş. A (2010). Uluslararası Ticarete Vesaik Mukabili Ödeme Yöntemi. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*.
- Mustafa, A (2010). Dış Ticarete Ödeme Şekilleri. Edirne.
- Ay, Z (2008). Dış Ticarete Bir Ödeme Aracı Olarak Akreditif ve Uluslararası Muhasebe Standartları Çerçevesinde Muhasebeleştirilmesi. Kocaeli.
- Flora Bellone, P. M (2008). Financial Constraints and Firm Export Behavior.
- Kulaç, D (2008). Türkiye'de Dış Ticarete Uygulanan Finansman Teknikleri ve Tarıma Dayalı Sanayiler Açısından Değerlendirilmesi. Tekirdağ.
- Polat, A (2008). Uluslararası Ticarete Akreditifli Ödemeler ve UCP 600. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,209-222.
- Kardağlı, E (2007). Türkiye'de Dış Ticaret ve Finansmanı. İstanbul.
- Özözen, S (2006). Bankalarca Uluslararası Ödeme Şekilleri ve Uluslararası Ticaretin Finansmanı. Bursa.
- Akkaya, Ü (2005). Vesaik Mukabili ve Mal Mukabili Ödeme Şekillerinin Karakteristik Özellikleri. İstanbul.

- Bilgili, E., & Ahmet Selçuk Dizkırıcı, H. T (2005). Akreditifli Ödeme ve İhracatçı İşletmelere Yönelik Bir Uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*.
- Bozkurt, S (2004). Akreditifin Uygulanması. İstanbul.
- Gourlay, A. R., & Seaton, J. S (2004). UK Export Behaviour at the Firm Level. *Economic Issues*.
- Hussinger, J. M (2004). Export Behavior and Firm Productivity in German Manufacturing.
- Kaya, S. T (2002). Bankalardan Dış Ticaret Hizmetleri Alan İşletmeler Bu Hizmetlerden Ne Kadar Tatmin Olmaktadırlar. Kocaeli.
- Sahador Barrios, E. S (2001). Explaining Firms' Export Behaviour: The Role of R&D and Spillovers.
- Bosile, R (2000). Export behaviour of Italian manufacturing firms over the nineties: the role of innovation. *research policy* .
- İlter, B (1999). Firma İhracat Davranışı ve Etkileyen Faktörler. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,19-34.
- Dayınlarlı, K (1990). "Dış Ticaret İşlemlerinde Akreditif". *Yargıtay Dergisi* (406-423).
- Kavas, A (1983). Firma İhracat Davranışını Etkileyen Faktörler ve İhracat Pazarlaması Yönetimi.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Nur Selin ATEŞ

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : 2018, Adnan Menderes Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman

Yüksek Lisans Öğrenimi : 2023, KTO Karatay Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Bilimsel Faaliyetleri :

İŞ DENEYİMİ

Stajlar : Mali müşavir muhasebe stajı, The Mediatix Reklam Ajansı

Projeler :

Çalıştığı Kurumlar : 2021-2023, Veri Giriş Personeli, YDA Sağlık

Tarih: 25/04/2023

EK 1: ANKET FORMU

“ULUSLARARASI TİCARETTE AKREDİTİFLİ ÖDEMELER, BU ÖDEME YAKLAŞIMINA YÖNELİK İŞLETMELERİN İHRACAT DAVRANIŞI VE KONYA'DAKİ İHRACATÇILAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA” KONULU ANKET FORMU

Sayın katılımcı,

Bu anket, KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalında yüksek lisans tezi kapsamında hazırlanmış olup bilimsel bir çalışma niteliği taşımaktadır. Verdiğiniz yanıtlar gizli tutulacak ve toplu halde değerlendirilecektir. Araştırmanın güvenilirliği açısından, soruları samimi ve objektif olarak yanıtlayacağınıza inanıyoruz.

İlgi ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Danışman
Prof. Dr. Murat CANITEZ

Araştırmacı
Nur Selin ATEŞ

- Firmanızın Yaşı:

a. 1-5 yıl arası b. 6-10 yıl arası c. 11-20 yıl arası d. 21-30 yıl arası e. 31 yıl ve üzeri

- Firmanızın personel sayısı:

a. 1-50 arası b. 51-200 arası c. 201-250 arası d. 251-500 arası e. 500 ve üzeri

- Firmanız kaç yıldır ihracat faaliyetinde bulunuyor?:

a. 1-3 yıl arası b. 4-7 yıl arası c. 8-11 yıl arası d. 12-15 yıl arası e. 16 yıl ve üzeri

- İhracatınız sürekli midir?

Sürekli Sadece talep geldiğinde İç Pazar daralmalarında Diğer....

- Son üç yılda ortalama olarak toplam satışlarınız içinde ihracatınızın payı nedir?

%1-10 arası b. %11-25 arası c. %26-50 arası d. %51-75 arası e. %76 ve üzeri

- Birbirlerinden farklı ihracat yaptığınız ülke sayısı nedir?

1-5 arası b. 6-11 arası c. 12-20 arası d. 21-50 arası e. 51 ve üzeri

- İhracat departmanınız var mı?

Evet Hayır

- İhracat yapma şekliniz:

Doğrudan Dolaylı

- İhracatınızda önümüzdeki yıllar için hedefleriniz nelerdir? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.).

Yeni ürün ihracatına başlamak Dış pazar payını artırmak

Yeni ihracat pazarlarına yönelmek Diğer (4).

- İhracatını yaptığınız malları hangi marka altında satıyorsunuz?

Kendi markamız Bayinizin kendi markası Her iki marka ile

Diğer

- 11. İhracat satışlarınızda ihracattan kaynaklanan alacak hakkınızın tahsili konusunda akreditifli ödemeleri kabul ediyor ve uyguluyor musunuz?

Evet Hayır

- Yapmakta olduğunuz ihracatlarınıza yönelik en çok aşağıdaki hangi ödeme yöntemlerini tercih ediyor ve uyguluyorsunuz? (Birden fazla şıkkı da işaretleyebilirsiniz).

İhracat bedelleri ithalatçılar tarafından peşin ödeniyor

İhracatlarımızdaki ödeme yöntemi açık hesaptır (mal mukabili).

İhracatlarımızdaki ödeme yöntemi vesaik mukabilidir

İhracatlarımızdaki ödeme yöntemi akreditiflidir

İhracatlarımızdaki ödeme yöntemi poliçelidir

- Akreditifli ödeme yöntemi konusunda ne kadar bilgi sahibisiniz?

a) Hiç Bilmiyoruz b) Çok Az c) Kısmen d) Biliyoruz e) Akreditif konusunda profesyoneliz

- Aşağıdaki ifadeler firmamız için geçerlidir.

	Kesinlikle katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
14.1. İhracat iç satıştan daha caziptir.					
14.2. İhracat iç satıştan farklı değildir.					
14.3. İhracat iç satışa kıyasla risklidir.					
14.4. İhracat iç satışa kıyasla daha karlıdır.					

- İhracatımızın finansmanı için aşağıdaki kaynakları çokça kullanırız.

	Kesinlikle katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
15.1. Eximbank veya diğer bankalardan sağlanan ihracat kredileri					
15.2. Firmanızın kendi öz kaynakları					
15.3. Yabancı banka veya finans kuruluşlarından sağlanan krediler					
15.4. Alıcı firma kaynakları (pre-finansman)					
15.5. Diğer (belirtiniz)					

- Aşağıdaki konular firmamız için ihracat açısından sorun olmaktadır.

	Kesinlikle katılıyorum	Kısmen katılıyorum	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
16.1. Akreditifli ödemeler					
16.2. Pazar araştırması					
16.3. Teşviklerden yararlanamama					
16.4. İhracattaki taşıma maliyetleri					
16.5. İhracat finansmanı					
16.6. İhracatta hedef pazarın ambalaj ve etiket uygunluk şartları					
16.7. Fiyat konusunda rekabet					
16.8. Mal kalitesinde rekabet					
16.9. İhracattan kaynaklanan ihracat bedellerinin tahsilatı					
16.10. Pazar potansiyeli belirleme					
16.11. İhracatın riskli oluşu					
16.12. Korumacılık engelleri					
16.13. Kur riski					
16.14. Politik risk					
16.15. İhracattaki ödeme yöntemleri					

- İhracatınızda kullandığınız fiyatlandırma yönteminiz aşağıdakilerden hangisidir?
(Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz.).

- Maliyet bazında fiyatlandırma (malın maliyeti + o mal/mallar için hesaplanmış belli bir kar marjı)
- Rekabete dayalı fiyatlandırma (rakiplerin stratejileri, maliyetleri, fiyatları ve pazar tekliflerine dayalı olarak fiyatlandırma)
- Coğrafi fiyatlandırma (mal ve hizmetlerin coğrafi alanlara göre fiyatlandırılması)
- Diğer (lütfen belirtiniz)

- Dış pazarlarda sattığımız ürün çeşitleri aşağıdaki gibidir (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz).

- İç pazardaki ile aynı ürün çeşitlerini satıyoruz.
- İç pazardaki ürünlerimiz üzerinde değişiklikler yapıyoruz.
- İhraç pazarı için yeni ürün üretiyoruz.
- Diğer (lütfen belirtiniz).....