Firmaların Bankalara İlişkin Algılarında Sektörel ve Aylık İşlem Sayısı Farklılıklarının İncelenmesi

İbrahim Halil Ekşi (Kilis 7 Aralık University, Turkey)

Yavuz Akçi (Gaziantep University, Turkey)

An Analysis of Differences in Firms' Perception of Banks based on Sectors and Number of Monthly Transactions

Abstract

In this study, it was aimed to put forward the perception differences of banks, one of the most important tool of the capital market which is a political tool to develop financial improvement on owners and managers of firms. The data was collected by means of face to face meetings with the managers of 520 companies from manufacturing, trading and service sectors, randomly selected from Adana, Mersin and Gaziantep provinces. The relationship between the perception of banking services and the number of monthly transactions and provinces with the banks with which their firms have business activities was studied by analyzing the collected data and doing the frequency, percentage and ANOVA tests. According to the results of the analysis, even though there was no difference in terms of sectors, there was seen an important difference in terms of the number of monthly transactions and provinces. The satisfaction of different products and services for the firms having relatively fewer number of monthly transactions is also crucial today, when the customer satisfaction is of great importance.

JEL Codes: G21, M21, G32

1 Giriş

Bir ekonomide fon fazlası olan taraflardan toplanan atıl ve kullanılabilir fonların, üretken ve verimli alanlarda kullanılmak üzere fon ihtiyacı olan taraflara uygun şartlarla aktarılması fonksiyonunu yerine getirmesi gereken bankacılık sektörünün, büyüklük ve önemi giderek artmaktadır. Özellikle 1980 sonrası uygulamaya konulan reform politikaları sonrasında, sektörün karşılaştığı başlıca temel sorunlar; ekonomik istikrarsızlık, mali riskler, yüksek kaynak maliyeti, haksız rekabet koşulları, teknolojiadaki hızlı gelişmeler, öz kaynakların yetersizliği ve yeniden yapılanma sorunları şeklinde sıralanabilir (Tunçsiper ve diğerleri, 2007). Bu sorunlara ek olarak yabancı bankaların pazardaki payının artması da sektörün karşılaştığı diğer bir gerçektir. İşte sayılan tüm bu nedenlerden dolayı, günümüzde bankalar arasındaki rekabet çok üst seviyelere çıkmıştır. Bankalar bu rekabet ortamında ayakta kalabilmek için hem müşterilere daha kaliteli hizmet vermek hem de müşterilerin algılarını anlamak durumundadırlar. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde faaliyet gösteren özellikle de KOBİ ölçeğindeki firmaların en önemli sorunlarının finansman ihtiyacı olduğu da göz önüne alınacak olursa (Bougheas vd., 2004; Wang, 2004; Ongena, 1999), bankaların firmaların kendileri hakkındaki algılamalarının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Bu algılamada literatürde de incelenen aylık işlem sayısı ve sektör farklılıklarının etkili olup olmadığı çalışmamızın amacını oluşturmaktadır.

2 İlgili Literatür

Finans literatüründe firma – banka ilişkileri konusunda yapılan çalışmalarda, genellikle ya banka ilişkileri ile firma performansı arasındaki ilişkinin (Degryse ve Ongena, 2002 - Tsuru, 2001) ya da banka ilişkilerinde ölçeğin ve mali yapının etkisi (Ogawa ve diğerleri, 2007 - Karamustafa ve Karakaya, 2003 – Castelli ve diğerleri, 2009) incelenmiştir. Bunların dışında literatürde banka ilişkileri ile ilgili ulaşılabilen çalışmalar şunlardır:

- Öncü ve diğerleri (2010) çalışmalarında, banka müşterileri üzerinde yaptıkları anket çalışmasında, banka tercihlerinde etkili olan en önemli değişkenlerin sırasıyla; bankaların güvenilir olması, bankaların müşteri ilişkilerine verdiği önem ve bankaların mevduat faizlerinin yüksek olması sayılmıştır,
- Pala ve Kartal (2010), internet bankacılığını kullanan banka müşterileri üzerine yaptıkları anket çalışmasında, banka müşterilerinin internet bankacılığına yönelik tercihleri erişim ve kullanım kolaylığı, öğrenme kolaylığı, işlem çeşitliliği, bankanın internet sayfasındaki yetersizlikler, güvenlik, ödeme ve finansal işlemler ve hayat tarzı olmak üzere yedi boyutta ele alınmıştır,
- Taşkın ve diğerleri (2010) ise, Bursa'daki tüketicilerin banka tercihlerini incelenmiş ve banka tercihinin etkileyen faktörler tespit edilmiş ve önem dereceleri ortaya konmuştur,
- Durer ve diğerleri (2008) ise, banka çalışanlarının ve müşterilerinin görüşleri doğrultusunda bankacılık hizmetlerinin sunulmasında elektronik dağıtım kanallarının önemini araştırdığı çalışmalarında, internet bankacılığının gerek çalışanlar ve gerekse müşteriler açısından günümüzde ve gelecekte en önemli dağıtım kanalı olduğu gözlemlenmiştir,

- Yılmaz ve diğerleri (2007), kamu ve özel sektör bankalarının hizmet kalitesini karşılaştırmış ve müşterilerin bankaların verdiği hizmetlerin hepsinde beklentilerinin altında hizmet algıladıkları ortaya çıkmıştır. Literatürdeki çalışmalarda, kısıtlı da olsa, ilişki sayısı faktörünün kullanıldığı gözlemlenirken; faaliyet gösterilen sektörün banka algılamalarında farklılığa neden olup olmayacağı konusunda herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

3 Uygulama

Çalışmanın uygulama kısmında, Akdeniz ve Güney Doğu Anadolu'daki 3 ilde faaliyet gösteren firmalardan anket yöntemi ile veriler toplanıp analiz edilmiştir.

3.1 Ölçek ve Örneklem

Verilerin toplanmasında, 3 tane tanımlayıcı, 5 tane de açıklayıcı olmak üzere 8 sorudan oluşan anket formundan yararlanılmıştır. Araştırmada 5'li Likert Ölçeği (5; Kesinlikle katılıyorum,... 3;Kararsızım,... 1;Kesinlikle katılmıyorum) kullanılmış ve cevaplayıcılardan sorulan her bir yargıya hangi derecede katılıp/katılmadıklarını belirtmeleri istenmiştir. Cevaplandırıncının, belirsiz bir duruma da dikkate alınarak, kararsızlık tercihi de anket formuna eklenmiştir.

Çalışmamızda, veri toplama aracı olarak kullanılan anket tekniğinin güvenilir ve geçerli bir teknik olduğu ve firmaların anket sorularına verdikleri cevapların geçerli ve güvenilir oldukları varsayılmıştır.

Anket formunda yer alan soruların tamamı için, Cronbach's Alpha değeri hesaplanmış ve $\alpha=0,739$ olarak bulunmuştur. Söz konusu değer, soru kâğıdının firmaların memnuniyet düzeylerini ölçmede geçerli ve güvenilir bir araç olduğunu göstermektedir.

Söz konusu anket formu, 1'i Güneydoğu Anadolu'dan, 2'si de Akdeniz Bölgesinden olmak üzere 3 ilde faaliyet gösteren firmalara tesadüfi örnekleme yöntemiyle uygulanmıştır. Anketler 2010 yılı Temmuz-Ağustos aylarında toplam 535 firmaya yüz yüze görüşme yöntemi ile uygulanmıştır. Ancak 15 firmanın anket sorularına verdikleri cevaplar eksik veya hatalı olduğundan çıkartılmış ve netice itibarıyla 520 anket üzerinden değerlendirme yapılmıştır. İllerin seçiminde ilin bölge ekonomisindeki payı – büyüklüğü göz önüne alınmıştır. Anket verilerinden toplanan veriler, SPSS 16.0 paket programındaki veri kütüklerine aktarılmıştır. İl bazında anket yapılan firma sayısı aşağıdaki tabloda verilmiştir:

İLLER		Frekans	%
1	Adana	202	38,8
2	Mersin	115	22,1
3	Gaziantep	203	39,0
Toplam		520	100

Tablo 1: Anketin Uygulandığı İller ve Firma Sayıları

3.2 Hipotezler ve Yöntem

Çalışmanın amacı ve literatürdeki benzer çalışmalar doğrultusunda, test edilecek hipotezler aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

- H1: Firmaların banka personelinin işlem süresine ilişkin algılarında sektörel bir farklılık vardır.
- H2: Firmaların banka personelinin davranışlarına ilişkin algılarında sektörel bir farklılık vardır.
- H3: Firmaların banka personelinin danışmanlık hizmetine ilişkin algılarında sektörel bir farklılık vardır.
- H4: Firmaların bankaların verdiği promosyonlara ilişkin algılarında sektörel bir farklılık vardır.
- H5: Firmaların bankaların sanal hizmetlerine ilişkin algılarında sektörel bir farklılık vardır.
- H6: Firmaların banka personelinin işlem süresine ilişkin algılarında işlem sayıları bakımından bir farklılık vardır.
- H7: Firmaların banka personelinin davranışlarına ilişkin algılarında işlem sayıları bakımından bir farklılık vardır.
- H8: Firmaların banka personelinin danışmanlık hizmetine ilişkin algılarında işlem sayıları bakımından bir farklılık vardır.
- H9: Firmaların bankaların verdiği promosyonlara ilişkin algılarında işlem sayıları bakımından bir farklılık vardır.
- H10: Firmaların bankaların sanal hizmetlerine ilişkin algılarında işlem sayıları bakımından bir farklılık vardır.

Oluşturulan hipotezlerin test edilmesi için tek yönlü varyans (ANOVA) analizi kullanılmıştır. Anova, iki veya daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığını test etmekte kullanılır. Analiz, 1. tip hata oranını yükseltmeden ortalamaları karşılaştırmaktadır. Varyans analizlerinde eğer gruplar arasında anlamlı farklar bulunmuşsa, farklılıkların hangi gruplar arasında gerçekleştiğini tespit etmek amacıyla Post Hoc testleri kullanılmaktadır. Post Hoc testlerinde bir çok seçenek bulunmasına rağmen en sık kullanılan testler Tukey ve Benferroni testleridir. Bizim çalışmamızda da farklılıkların tespitinde Tukey testinden yararlanılmıştır.

4 Araştırmanın Bulguları

4.1 Frekanslar ve Ortalamalar

Anketin uygulandığı firmaların karakteristik özelliklerinin toplu olarak gösterilmesi amacıyla, aşağıdaki tablo hazırlanmıştır:

SEKTÖREL DAĞILIM					İŞLEM SAYISI DAĞILIMI					
SEKTÖR	Üretim	Ticaret	Hizmet	Toplam	İŞLEM	1 -25	26-50	51-100	101 ve üstü	Toplam
Frekans	99	256	165	520	Frekans	233	123	90	74	520
%	19	49,2	31,7	100	%	44,8	23,7	17,3	14,2	100

Tablo 2. Firma Özellikleri

Araştırma kapsamındaki firmaların karakteristik özelliklerine bakıldığında, genel itibarıyla dengeli bir şekilde dağılım göstermektedir. Sektörel dağılım incelendiğinde firmaların yaklaşık yarısı ticaret sektöründe, %19'u üretim ve %31,7'si de hizmet sektöründe faaliyet göstermektedirler. Firmaların bankalarla yaptıkları aylık işlem sayıları incelendiğinde yaklaşık %44,8'i ayda 25'ten defadan daha az işlem yaptıkları, %23,7'si 25-50 arası işlem yaptıkları, %17,3'ü 51-100 arası işlem yaptıkları ve %14,2'sinin de aylık işlem sayısının 100'den fazla olduğu görülmüştür. Firmaların yaklaşık %68,5'inin aylık işlem sayısı 50'nin altındadır.

Firmaların açıklayıcı anket sorularına verdikleri cevapların frekans dağılımları ve genel ortalamalarının incelenmesi amacıyla bağımlı değişkenlere ilişkin sorular 5'li skala şeklinde yapılmıştır. Ortalamaların yorumlanması için $5-1=4/5=0.80$ formülüyle ortalamalar ve bunlar için kullanılacak katılma dereceleri belirlenmiştir. 1.00 – 1.80 arası kesinlikle katılmıyorum, 1.81 – 2.60 arası katılmıyorum, 2.61 – 3.40 arası kararsızım, 3.41 – 4.20 arası katılıyorum ve 4.21 – 5.00 arası ise kesinlikle katılıyorum aralığına denk gelmektedir. Bulgular incelendiğinde bağımlı değişkenlere ilişkin cevapların ortalamalarının 2,88 ve 3,80 arasında dağıldığı görülmektedir. Ortalamalar incelendiğinde genel olarak firmaların bankaların hizmetleri ve personellerinden olan memnuniyet algıları “katılıyorum” derecesine denk geldiği görülmektedir. Bağımlı değişkenlere verilen cevapların ortalamaları ve bunlara karşılık gelen katılma dereceleri Tablo 3'te verilmiştir.

	Süre	Davranış	Danışmanlık	Promosyon	e-bankacılık
N	520	520	520	520	520
Ortalama	3,52	3,73	3,61	2,96	3,70
Std. Hata	1,269	1,146	1,154	1,394	1,203
Katılma Derecesi	Katılıyorum	Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılıyorum

Tablo 3. Bağımlı Değişkenlerin Ortalamaları ve Katılma Dereceleri

Bağımlı değişken	Sektör	N	Ortalama	Std. Hata	F	Önem
Personel Hızı	Üretim	99	3,707	1,127	2,071	0,127
	Ticaret	256	3,531	1,243		
	Hizmet	165	3,382	1,377		
	Toplam	520	3,517	1,269		
Personel Tutumu	Üretim	99	3,798	1,059	0,569	0,567
	Ticaret	256	3,672	1,221		
	Hizmet	165	3,764	1,076		
	Toplam	520	3,725	1,146		
Finansal Danışmanlık	Üretim	99	3,828	1,069	2,294	0,102
	Ticaret	256	3,539	1,181		
	Hizmet	165	3,588	1,153		
	Toplam	520	3,610	1,154		
Promosyonlar	Üretim	99	3,202	1,428	2,255	0,106
	Ticaret	256	2,855	1,411		
	Hizmet	165	2,988	1,334		
	Toplam	520	2,963	1,394		
İnternet Bankacılığı	Üretim	99	3,869	1,131	1,766	0,172
	Ticaret	256	3,609	1,193		
	Hizmet	165	3,733	1,255		
	Toplam	520	3,698	1,203		

Tablo 4: Sektör farklılıkları ile banka personeli ve hizmetleri arasındaki anlamlı farka ilişkin Anova Sonuçları

Genel ortalamalar incelendiğinde anket sorularını cevaplayan firma sahipleri veya yöneticilerinin, Bankalarla yaptıkları işlemlerin süresinde, banka personellerinin tutum ve davranışlarında, finansal danışmanlık hizmetlerinde ve internet bankacılığı hizmetlerinde bankalarından memnun oldukları, bankaların verdiği promosyonlar konusunda ise ne memnun ne de memnun değil algısında oldukları görülmektedir.

4.2 Hipotezlerin Test Edilmesi

Firmaların faaliyette bulundukları sektörleri ve bankalarla yaptıkları aylık işlem sayıları arasındaki farklılıkların banka personeli ve hizmetlerine ilişkin algılarında etkili olup olmadığının anlaşılması için tek yönlü varyans (ANOVA) analizi uygulanarak hipotezler test edilmiştir. Öncelikle sektör farklılığı ile banka personeli ve hizmetlerine ilişkin farklılıkların analizi (diğer bir ifade ile, Ho1, Ho2, Ho3, Ho4 ve Ho5'in anova analizi) yapılarak Tablo 4'de verilmiştir. Daha sonra firmaların bankalarla yaptıkları aylık işlem sayıları ile banka personeli ve hizmetleri arasındaki farklılıkların analizi (diğer bir ifade ile, Ho6, Ho7, Ho8, Ho9 ve Ho9'un anova analizi) yapılarak tablo 5'te verilmiştir.

Firmaların faaliyette bulundukları sektörleri ile banka personeli ve hizmetlerine ilişkin algıları arasındaki anlamlı farkın belirlenmesi için yapılan Anova testinde; sektörlere bağlı algılamalar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Firmaların faaliyette bulundukları sektörleri farklı olsa bile banka personeli ve hizmetlerine ilişkin algıları benzerlik göstermektedir.

Bağımlı değişken	İşlem sayısı	N	Ortalama	Std. Hata	F	Önem	Tukey
Personel Hızı	(I) 1-25	233	3,330	1,296	3,759	,011*	I ve III
	(II) 26-50	123	3,585	1,207			
	(III) 51-100	90	3,822	1,147			
	(IV) 101 ve üstü	74	3,622	1,352			
	Toplam	520	3,517	1,269			
Personel Tutumu	(I) 1-25	233	3,528	1,160	6,256	,000*	I ve III
	(II) 26-50	123	3,732	1,222			
	(III) 51-100	90	4,111	,965			
	(IV) 101 ve üstü	74	3,865	1,051			
	Toplam	520	3,725	1,146			
Finansal Danışmanlık	(I) 1-25	233	3,412	1,160	7,973	,000*	III ve I, II, IV
	(II) 26-50	123	3,675	1,177			
	(III) 51-100	90	4,089	,979			
	(IV) 101 ve üstü	74	3,541	1,137			
	Toplam	520	3,610	1,154			
Promosyonlar	(I) 1-25	233	2,700	1,382	8,737	,000*	III ve I, II, IV
	(II) 26-50	123	3,049	1,330			
	(III) 51-100	90	3,556	1,308			
	(IV) 101 ve üstü	74	2,932	1,427			
	Toplam	520	2,963	1,394			
İnternet Bankacılığı	(I) 1-25	233	3,438	1,282	9,189	,000*	I ve III
	(II) 26-50	123	3,772	1,158			
	(III) 51-100	90	4,178	,978			
	(IV) 101 ve üstü	74	3,811	1,069			
	Toplam	520	3,698	1,203			

Tablo 5: Aylık işlem sayıları ile banka personeli ve hizmetleri arasındaki anlamlı farka ilişkin Anova Sonuçları (* %1 anlamlılık düzeyinde, grup ortalamaları arasında anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır.)

Banka personelleri ve hizmetlerinden olan memnuniyet ile firmaların bankalarla yaptıkları aylık işlem sayıları arasındaki anlamlı farkın ölçülmesi için yapılan anova çözümlemesinde aşağıdaki durumlar gözlemlenmiştir;

- Firmaların bankalarla yaptıkları aylık işlem sayıları ile banka personellerinin işlem yapma hızları arasında anlamlı fark görülmüştür (p=0,011). Farkın kaynağının belirlenmesi için yapılan Tukey testinde; aylık işlem sayısı 25'ten az olan firmalar ile işlem sayısı 51-100 arası olanlar arasında olduğu görülmüştür. Aylık işlem

sayısı 25'ten az olan firmaların banka personellerinin işlem hızları sorusuna verdikleri cevapların ortalamaları 3,33 iken 51-100 arası olanların ortalamaları 3,82 olmuştur. Bu da işlem sayısı düşük olanların yüksek olanlara göre personelin daha yavaş işlem yaptıklarını göstermektedir.

- Firmaların bankalarla yaptıkları aylık işlem sayıları ile banka personellerinin tutumları arasında anlamlı fark görülmüştür ($p=0,000$). Farkın kaynağının belirlenmesi için yapılan Tukey testinde; aylık işlem sayısı 25'ten az olan firmalar ile işlem sayısı 51-100 arası olanlar arasında olduğu görülmüştür. Aylık işlem sayısı 25'ten az olan firmaların banka personellerinin tutumu sorusuna verdikleri cevapların ortalamaları 3,52 iken 51-100 arası olanların ortalamaları 4,11 olmuştur. Bu da işlem sayısı düşük olanların yüksek olanlara göre personelin tutum ve davranışlarından daha az memnun olduklarını göstermektedir.
- Firmaların bankalarla yaptıkları aylık işlem sayıları ile bankaların finansal danışmanlık hizmetleri arasında anlamlı fark görülmüştür ($p=0,000$). Farkın kaynağının belirlenmesi için yapılan Tukey testinde; aylık işlem sayısı 51-100 arasında olanlar ile diğerleri arasında olduğu görülmüştür. Finansal danışmanlık hizmetlerine ilişkin sorulan soruya verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde işlem sayısı 51-100 olanlar 4,09 olduğu diğerlerinin ise 4,00'dan düşük olduğu görülmektedir. Bu da işlem sayısı 51-100 arası olan firmaların bankaların finansal danışmanlık hizmetlerinden olan memnuniyetlerinin diğerlerine oranla daha fazla olduğunu göstermektedir.
- Firmaların bankalarla yaptıkları aylık işlem sayıları ile bankaların verdikleri promosyonlar arasında anlamlı fark görülmüştür ($p=0,000$). Farkın kaynağının belirlenmesi için yapılan Tukey testinde; aylık işlem sayısı 51-100 arasında olanlar ile diğerleri arasında olduğu görülmüştür. Finansal danışmanlık hizmetlerine ilişkin sorulan soruya verilen cevapların ortalamaları incelendiğinde işlem sayısı 51-100 olanlar 3,55 olduğu diğerlerinin ise 2,93 – 3,04 arasında olduğu görülmektedir. Bu da işlem sayısı 51-100 arası olan firmaların bankaların verdikleri promosyonlardan olan memnuniyetlerinin diğerlerine oranla daha fazla olduğunu göstermektedir.
- Firmaların bankalarla yaptıkları aylık işlem sayıları ile internet bankacılığı hizmetleri arasında anlamlı fark görülmüştür ($p=0,000$). Farkın kaynağının belirlenmesi için yapılan Tukey testinde; aylık işlem sayısı 25'ten az olan firmalar ile işlem sayısı 51-100 arası olanlar arasında olduğu görülmüştür. Aylık işlem sayısı 25'ten az olan firmaların banka personellerinin işlem hızları sorusuna verdikleri cevapların ortalamaları 3,43 iken 51-100 arası olanların ortalamaları 4,17 olmuştur. Bu da işlem sayısı düşük olanların işlem sayısı 51-100 arasında olanlara göre daha az memnun olduklarını göstermektedir. Aylık işlem sayısı 1-25 arası olan firmaların internet bankacılığını kullanma oranlarının da bu sonuçta bir etkisi olabilir.

Anket uygulaması Adana, Gaziantep ve Mersin illerini kapsamaktadır. Banka personeli ve hizmetleri ile iller arasındaki anlamlı fark için yapılan anova testinde; Personel tutumu ($p=0,025$) ve finansal danışmanlık hizmetleri arasında ($p=0,042$) anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Personelin işlem hızı, promosyonlar ve internet bankacılığında ise anlamlı farklar görülmemiştir. Farkların nedeni incelendiğinde farkın Gaziantep ve Mersin illeri arasında olduğu görülmüştür. Gaziantep firmalarının memnuniyet düzeyleri Mersin firmalarına göre daha düşük olduğu görülmüştür.

5 Sonuç ve Politika Önerileri

Finans piyasasının önemli oyuncularından biri olan bankaların kurumsal müşterilerin beklentilerini karşılayabilme, memnuniyet algılarını ölçebilmek amacıyla yapılan bu çalışma sonucunda; banka personellerinin sundukları hizmetler ile bankaların sunduğu hizmetlere ilişkin firma algılarında sektörlere göre anlamlı farklılıklar görülmemiştir. Farklı sektörlerdeki firmaların birbirine benzer algılara sahip oldukları görülmüştür. Aynı şekilde firmaların bankalarla yaptıkları işlem sayıları açısından değerlendirildiklerinde özellikle aylık işlem sayıları 50-100 arası olan firmaların genel itibarıyla işlem sayısı 50'den az ve 100'den fazla olanlara göre daha pozitif bir algıya sahip oldukları görülmüştür. Ayrıca illere göre farklılıklar da incelendiğinde de Gaziantep'teki firmaların Mersin'deki firmalara göre daha negatif algıya sahip oldukları görülmüştür.

Sonuç olarak sektör farklılıklarının banka personeli ve hizmetlerine ilişkin algıda farklılık göstermediği, işlem sayısı farklılıkları ile il farklılıklarına ilişkin algıların ise anlamlı farklılıklar oluşturduğu görülmüştür. Bu araştırma sonuçlarından bankalar personel ve hizmet politikalarını belirlerken faydalanabilir. Özellikle işlem sayısı düşük firmaların memnuniyetlerinin düşük olması, bankaların dikkate alması gereken bir durumdur. Bu çalışma, gerek uygulama alanı ve gerekse banka mülkiyet yapılarına göre farklılaştırılarak, farklı açılardan test edilebilir.

Kaynakça

- Bougheas, S., Mizen, P. ve Yalçın, C.. (2004). Access To External Finance: Theory And Evidence On The Impact Of Firm-Specific Characteristics, Central Bank Of The Republic Of Turkey, Working Paper, Research Department No:04/06,
- Castelli, A., Dwyer, G. ve Hasan, I.. (2009). Bank Relationships And Firms' Financial Performance: The Italian Experience. Bank Of Finland Research Discussion Papers. 36,

- Degryse, H. ve Ongena, S.. (2002). Bank-Firm Relationships And International Banking Markets. *International Journal Of The Economics Of Business*, 9(3): 401–417,
- Durer, S., Özsözgün, A. ve Akbaş, H. E. (2008). Bankacılıkta Elektronik Dağıtım Kanallarının Önemi: Banka Çalışanlarının Ve Müşterilerinin Görüşlerinin İncelenmesi, Öneri: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2008,8(30):9-17,
- Karamustafa, O. ve Karakaya, A.. (2003). Kobi-Banka İlişkileri Üzerine Ampirik Bir Çalışma – Araştırma. *Muhasebe Ve Finansman Dergisi*, 17: 85-93,
- Ogawa, K., Sterken, E. ve Tokutsu, I.. (2007). Why Do Japanese Firms Prefer Multiple Bank Relationship? Some Evidence From Firm-Level Data. *Economic Systems*, 31:49-70,
- Ongena, S.. (1999). Lending Relationships, Bank Default And Economic Activity. *International Journal Of The Economics Of Business*, 6(2): 257-280,
- Öncü, M. A., Kutukız, D. ve Koçoğlu C. M. (2010). Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi Ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama, *Muhasebe Ve Finansman Dergisi*, 2010,(45):237-252,
- Pala E. ve Kartal B., (2010). Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı İle İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma, *Yönetim Ve Ekonomi Yıl:2010 Cilt:17 Sayı:*, 43-61
- Taşkın, Ç., Akat, ve Ö., Erol, Z., (2010). Tüketicilerin Banka Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Bursa'da Bir Araştırma, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2010,10(3):11-22,
- Tsuru, K.. (2001). Bank Relationships And Firm Performance: Evidence From Selected Japanese Firms In The Electrical Machinery Industry. *Rieti Discussion Paper Series 01-E-004-2001*,
- Tunçsiper, B., Yılmaz G. ve İlban M. O., (2007). Türk Bankacılığı Sorunları Üzerine Bir Arastırma: Balıkesir Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 17, 2007, Ss. 69-89.
- Yılmaz, V., Çelik H.E. ve Depren, B., (2007). Devlet Ve Özel Sektör Bankalarındaki Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılması: Eskişehir Örneği, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (2) 2007, 234-248
- Wang, Y.. (2004). Financing Difficulties And Structural Characteristics Of Smes In China. *China & World Economy*, 12(2):34-49