

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI
BANKACILIK VE FİNANS BİLİM DALI

BİREYSEL MÜŞTERİLERİN KREDİ KULLANIMLARINDA
KATILIM BANKALARINI TERCİH ETME SEBEPLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Hacer KARAKAŞ İŞCAN


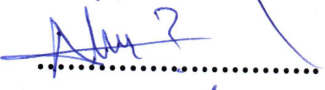

Danışman
Doç. Dr. Ferudun KAYA

BOLU 2019

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Hacer Karakaş İşcan'a ait "Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri" adlı çalışma, jürimiz tarafından **Bankacılık ve Finans** Anabilim Dalında **Yüksek Lisans Tezi** olarak oy birliğiyle/ ~~oy çokluğuyla~~ kabul edilmiştir.

27.06.2019

Unvan, Adı, Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı) : Doç. Dr. Ferudun Kaya	
Üye : Doç. Dr. Ahmet Emre Biber	
Üye : Dr. Öğr. Üyesi Sedat Durmuşkaya	

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı



Doç. Dr. Yaşar AYYILDIZ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ETİK UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “**Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri**” başlıklı çalışmanın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başvuru kaynaklardan yapılan alıntılarının adlarının bilimsel kurallara uygun olarak metin içinde, dipnotlarda ve kaynaklarda gösterildiğini, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.



Hacer KARAKAŞ İŞCAN

27.06.2019

ÖN SÖZ

Dünya’da “faizsiz bankacılık” adı altında 1960’lı yılların sonlarına doğru kendini büyük oranda hissettirmeye başlayan Katılım Bankaları Müslüman nüfusun daha fazla hakim olduğu Körfez bölgelerinde karşımıza çıkmaktadır. Tasarrufların önemli oranda birikmesi ve biriken tasarrufları değerlendirmek için ortaya çıkan Katılım Bankacılığı bir bakıma insanların ihtiyaçlarından dolayı ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırmalar sonucu ülkemizde bulunan atıl fonları ülke ekonomisine kazandırabilmek ve dini hassasiyete sahip müşterilerin faiz içeren enstrümanlardan uzak durmak istemesiyle katılım bankacılığının ortaya çıkması gerekçe olarak görülmüştür.

Katılım bankacılığının bankacılık sistemi içerisindeki payı ve son dönemdeki gelişimi giderek artmaktadır. Bu açıdan baktığımızda, Türkiye’de katılım bankacılığının durumuna değinilmiştir. Tez bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebepleri üzerinedir.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında ve çalışmanın her aşamasında, bilgisi, deneyimi ve önerileriyle desteğini esirgemeyen tez danışmanım sayın hocam Doç. Dr. Ferudun KAYA’ya teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca çalışmamda ve tüm hayatım boyunca, maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen sevgili anneannem Fatma KAHRIMAN’a, ağabeyim Mehmet KARAKAŞ’a, Merhum dedem Akif KAHRIMAN’a, sevgili eşim İlyas İŞCAN’a ve değerli anne babama teşekkürü bir borç bilirim.

Hacer KARAKAŞ İŞCAN

27.06.2019

ÖZET

BİREYSEL MÜŞTERİLERİN KREDİ KULLANIMLARINDA KATILIM BANKALARINI TERCİH ETME SEBEPLERİ

Hacer KARAKAŞ İŞCAN

Yüksek Lisans Tezi

Bankacılık ve Finans Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ferudun KAYA

Haziran 2019, 110 + xvii Sayfa

Faizsiz bankacılık, dünyada büyük bir gelişim ve değişim sürecine girerek 1970’li yıllarda Mısır’da düşünce aşamasından çıkıp pratiğe geçerek uygulama alanı bulmuştur. ‘Faizsiz Bankacılık’ adı altında yaygınlaşan katılım bankaları, ilk olarak Müslüman ülkelerde faaliyet göstermiştir. Bugün ise tasarrufların değerlendirilebilmesi için tüm dünyada giderek önem kazanmaktadır.

Türkiye’de ilk Katılım Bankası, 1983 yılında “Özel Finans Kurumu” adıyla kurulmuştur. 2006 yılından itibaren ise 5411 sayılı bankacılık kanunu ile değişiklik yapılmış ve “Katılım Bankaları” adıyla günümüze kadar gelmiştir. Bankalar Kanununa tabi olması ve ticari bankalar ile mevzuat açısından eşit haklara sahip olması klasik bankalarla rekabet edebilir duruma gelmiştir. Faizsiz Bankacılık, İslami Bankacılık olarak da anılan Katılım Bankacılığının dünya piyasasındaki yeri ve önemi giderek artmaktadır.

Türkiye’de Katılım Bankacılığı ile ilgili çalışmalar son dönemde yapılmasına rağmen bireylerin kredi talebi tercihinine ilişkin çalışmalara rastlanmamaktadır. Bu çalışma ile bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme nedenlerini tespit etmek amaçlanmıştır.

Araştırmada veriler, beşli likert tipi kullanılarak kapalı uçlu sorular ile Bolu ilinde anket yöntemi uygulanmıştır. Uygulanan örneklem seçiminde farklı segmentleri tespit etmek öncelikli hedef olmuştur. Anket iki bölümden oluşmakta ve toplamda 44 soru yer almaktadır.

Verilerin analiz edilmesinde SPSS programından yararlanılmıştır. İstatistiksel veriler elde edilirken örneklemin bilgilerini sayısal olarak özetleyebilmek için betimleyici analiz, ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliğini tespit etmek için faktör analizi, değişkenlerin orta değerden farklı olup olmadığını ölçmek için t testi, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkinin derecesini ölçmek için Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Kredi kullanımında katılım bankası tercihini etkileyen faktörlerin demografik değişkenlere göre (bağımsız değişken) farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için varyans analizi yapılmıştır. Varyans analizi sonucu farklılık olması durumunda, bu farklılığın hangi iki değişkenden kaynaklandığını tespit etmek için Post Hoc (tukey) testi yapılmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmesini etkileyen en önemli değişken; Faizsiz bankacılık uygulamasıdır. Araştırma sonucunda bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmesinde demografik özelliklerinin etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Yapılacak olan araştırmalar için kurumsal müşteriler de ana kütleye dahil edilerek bireysel müşterilerle kurumsal müşteriler arasında karşılaştırma yapılabilir.

Anahtar kelimeler: Katılım Bankacılığı, Bireysel Müşteri, Faktör Analizi

ABSTRACT

REPRESENTATIONS OF INDIVIDUAL CUSTOMERS TO CHOOSE PARTICIPANTS IN CREDIT USES

Hacer KARAKAŞ İŞCAN

Master's Thesis

Department of Banking and Finance

Advisor: Assoc. Prof. Ferudun KAYA

June 2019, 110 + xvii Pages

Interest-free banking was first put into practice in Egypt in the 1970s, following a gradual process of remarkable development and transformation. Participation banks, which have become more prevalent under the name of “Interest-free Banking”, first came into operation in Muslim countries, and today they are gaining importance across the world as a means of building up savings.

Participation banks first appeared in Turkey under the name of “Özel Finans Kurumu (Private Financial House)” founded in 1983. Since the amendments to the Law of Banking No. 5411 in 2006, such banks have become known as “Participation Banks”. Due to the fact that it is subject to the Law of Banking and that it has equal rights to commercial banks in terms of legislations, Participation Banking has come to compete with classical banks. Also called Interest-free Banking or Islamic Banking, Participation Banking is rapidly gaining itself a prominent place in world markets.

Even though there have been several recent studies based in Turkey on participation banking, none of these has focused on individuals' preference for loan demands. Hence, this study aimed to determine the reasons for individuals' preference for participation banks in their use of loans.

For the purposes of the present study, data were collected through a five-point Likert-type questionnaire consisting of a total of 44 closed-end questions in two sections which was conducted in the province of Bolu. Determining different segments was the primary aim of the chosen method for sampling.

The data gathered from the questionnaire was analyzed through SPSS package software. Relevant statistical methodology, namely descriptive analysis, factor analysis, t-test, and Pearson correlation analysis, were applied in order to summarize sample data, to determine validity and reliability of the scale, to determine deviations of variables from the median, and to measure the significance level of the correlation between the dependent and independent variable, respectively. Variance analysis was carried out to determine whether factors influencing the choice of participation banks in obtaining loans differed according to demographics (independent variable), followed by Post Hoc (Tukey) test to identify which two variables led to the difference in cases where variance analysis revealed differences.

The findings of the present study indicate that the most significant factor that influences individual customers' choice of participation banks in their obtaining of loans was the application of interest-free banking. Demographic attributes were found to have significant effects on customers' preference of participation banks.

Future studies could compare individual customers with corporate customers by including corporate customers in their study samples.

Key words: Participation Banking, Individual Customer, Factor Analysis

İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI	ii
ETİK UYGUNLUK BEYANI	iii
ÖN SÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLOLAR LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
KISALTMALAR LİSTESİ	xvii
GİRİŞ	1
I. BÖLÜM	
1. BANKACILIK KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ	3
1.1. Bankacılık Kavramı	3
1.2. Dünyada ve Türkiye’de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	4
1.2.1. Dünyada Bankacılığın Tarihsel Gelişimi.....	4
1.2.2. Türkiye’de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	5
1.2.2.1. Osmanlı Döneminde Bankacılık	6
1.2.2.2. Cumhuriyet Dönemi Sonrası Bankacılık	10
II. BÖLÜM	
2. KATILIM BANKACILIĞI KAVRAMI, GELİŞİMİ VE FAALİYETLERİ	15
2.1. Katılım Bankacılığı Kavramı.....	15
2.2. Katılım Bankacılığının Gelişimi ve Ortaya Çıkışı	15
2.3. Türkiye’de Katılım Bankacılığı.....	16
2.3.1. Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişimi	16

2.4. Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları	20
2.4.1. Albaraka Türk Katılım Bankası	21
2.4.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası	22
2.4.3. Türkiye Finans Katılım Bankası	23
2.4.4. Ziraat Katılım Bankası	23
2.4.5. Vakıf Katılım Bankası	24
2.5. Katılım Bankası Kurulmasının Nedenleri	24
2.5.1. Dini Nedenler	24
2.5.2. Ekonomik Nedenler	25
2.5.3. Politik Nedenler	26
2.6. Katılım Bankacılığının Hukuki Yapısı	28
2.7. Katılım Bankalarının Güçlü Yönleri	29
2.8. Katılım Bankacılığının Özellikleri	31
2.9. Katılım Bankasının Faaliyetleri	31
2.9.1. Katılım Bankaları Fon Toplama Faaliyetleri	31
2.9.1.1. Cari Hesaplar	31
2.9.1.2. Katılma Hesapları	31
2.9.2. Çeşitli Bankacılık İşlemleri	32
2.9.3. Katılım Bankaları Fon Kullanırma Faaliyetleri	33
2.9.3.1. Kurumsal Finansman Desteği	33
2.9.3.2. Finansal Kiralama-Leasing	35
2.9.3.3. Kar-Zarar Ortaklığı	37
2.9.3.4. Proje Finansmanı	38
2.9.3.5. Karz-ı Hasen	39
2.9.3.6. Bireysel Finansman Desteği	39
2.10. Bankacılıkta Kredi ve İşleyişi	39
2.10.1. Kredinin Kavramı ve Kredi Unsurları	39
2.10.2. Kredilerin Sınıflandırılması ve Yasal Çerçevesi	41
2.10.3. Kredi Riski	45
2.10.4. Bankalarda Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi	46
2.10.5. Kredi İstihbaratı ve Tahsisi	47

III. BÖLÜM

3. BOLU İLİNDE FAALİYET GÖSTEREN KATILIM BANKALARINDA BİREYSEL MÜŞTERİLERİN KREDİ KULLANIMLARINDA KATILIM BANKALARINI TERCİH ETME SEBEPLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	48
3.1. Araştırmanın Metodolojisi.....	48
3.1.1. Araştırmanın Amacı.....	48
3.1.2. Araştırmanın Soruları	49
3.1.3. Araştırma Yöntemi	50
3.1.4. Araştırma Modeli	51
3.1.5. Araştırmanın Hipotezi.....	52
3.1.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	53
3.1.7. Ön Çalışma ve Anket Formunun Hazırlanması.....	54
3.1.8. Veri Toplama İşlemi	55
3.1.9. Veri Analizi.....	55
3.1.10. Araştırmanın Varsayımları	55
3.2. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular	56
3.2.1. Güvenilirlik Analizi	56
3.2.2. Demografik Özellikler	58
3.2.3. Faktör Analizi	60
3.2.3.1. Faktör Analizine Göre Alt Boyutların Algılama Düzeyleri	61
3.2.4. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etme İle İlgili Yargılara Verdiği Yanıtlar	66
3.2.5. Genel Ortalamadan Farklılığını İnceleyen Tek Örneklem Analizi.....	67
3.2.6. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercihine Etki Eden Faktörlerin Önem Düzeyine Göre Değerlendirilmesi.....	69
3.2.7. Korelasyon Analizi	72
3.2.8. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Tercihlerini Etkileyen Faktörler Arası Korelasyon Analizi.....	72
3.2.9. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Tercihlerini Etkileyen Bağımlı Değişkenler Arasındaki İlişkiler	73
3.3. Hipotez Testleri	76

3.3.1. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Cinsiyete Göre Farklılık Analizi	76
3.3.2. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Müşterilerin Yaşlarına Göre Farklılıklarının Analizi.....	78
3.3.3. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Medeni Durumlarına Göre Farklılıklarının Testi ...	80
3.3.4. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Eğitim Durumlarına Göre Farklılıkları	82
3.3.5. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Mesleklerine Göre Farklılıklarının Analizi.....	84
3.3.6. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Gelir Durumlarına Göre Farklılıklarının ANOVA ile Analizi	87
3.3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	90

IV. BÖLÜM

4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	91
----------------------------------	-----------

KAYNAKLAR	100
------------------------	------------

EKLER

Ek-1 Araştırma Anketi.....	109
----------------------------	-----

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1: Bankacılığın Tarihsel Gelişimi.....	6
Tablo 1.2: Osmanlı Döneminde Kurulan Yabancı Bankalar	8
Tablo 1.3: Osmanlı Döneminde Kurulan Milli Bankalar	9
Tablo 2.1: Albaraka Türk Katılım Bankası Sermaye Dağılımı	22
Tablo 2.2: Türkiye Finans Katılım Bankası Ortaklık Tablosu	23
Tablo 2.3: Murabaha ve Kredinin Karşılaştırılması	35
Tablo 3.1: Araştırmanın Hipotezleri	53
Tablo 3.2: Güvenilirlik Analizi.....	56
Tablo 3.3: Ölçeğin Madde Analiz Tablosu.....	57
Tablo 3.4: Cinsiyet Dağılımı.....	58
Tablo 3.5: Yaş Dağılımı.....	59
Tablo 3.6: Medeni Durum Dağılımı	59
Tablo 3.7: Öğrenim Durumu Dağılımı	59
Tablo 3.8: Meslek Dağılımı	60
Tablo 3.9: Aylık Gelir Dağılımı.....	60
Tablo 3.10: KMO and Bartlett's Test.....	61
Tablo 3.11: Açıklanan Toplam Varyans Tablosu	61
Tablo 3.12: Alt Boyutların Belirlendiği Rotasyon Matriks Tablosu	62
Tablo 3.13: Faktörler ve Faktörlere Ait Güvenilirlik Değerleri	63
Tablo 3.14: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri	63
Tablo 3.15: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri	64
Tablo 3.16: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri	64
Tablo 3.17: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri	65

Tablo 3.18: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri	65
Tablo 3.19: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri İle İlgili Yargılara Verdiği Yanıtların Dağılımı Tablosu.....	66
Tablo 3.20: Katılım Bankacılığını Tercih Etme Nedenlerinin Genel Ortalamadan Farklılığını İnceleyen Tek Örneklem Analizi.....	68
Tablo 3.21: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerine Etki Eden Faktörlerin Önem Düzeylerine Göre Değerlendirilmesi.....	70
Tablo 3.22: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Korelasyon Analizi Tablosu.....	72
Tablo 3.23: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Korelasyon Analizi.....	74
Tablo 3.24: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Cinsiyete Göre Farklılığını İnceleyen t Testi... 77	77
Tablo 3.25: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Cinsiyete Göre Hipotez Durumları.....	77
Tablo 3.26: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Hizmet ve Uygulamalar İle İlgili Algılarının Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen Anova Testi Bulguları.....	78
Tablo 3.27: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Yaşa Göre Hipotez Durumları.....	80
Tablo 3.28: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Medeni Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen t Testi	80
Tablo 3.29: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Medeni Duruma Göre Hipotez Durumları	81

Tablo 3.30: Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Eğitim Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi	82
Tablo 3.31: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Eğitim Durumuna Göre Hipotez Durumları	84
Tablo 3.32: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Mesleğine Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi Bulguları	85
Tablo 3.33: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Mesleğe Göre Hipotez Durumları.....	86
Tablo 3.34: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Gelir Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi	87
Tablo 3.35: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Bireysel Müşterilerin Gelir Durumuna Göre Hipotez Durumları.....	89
Tablo 3.36: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankası Tercihinde Demografik Özellikler İle Araştırmanın Boyutları Arasındaki İlişkilerin Hipotez Durumları.....	89
Tablo 3.37: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankası Tercihinde Demografik Özellikler ile Araştırmanın Boyutları Arasındaki ilişkilere İlişkin Hipotezler.....	90

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Murabaha (Üretim Desteği) İşleminin Yapılışı	34
Şekil 2.2: Finansal Kiralama İşleminin Yapılışı	36



KISALTMALAR LİSTESİ

ABG	(Albaraka Bankacılık Grubu)
ATM	(Otomatik Para Çekme Makinesi)
BDDK	(Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu)
DESİYAB	(Devlet Sanayi İşçi Yatırım Bankası)
EFT	(Elektronik Fon Transferi)
İKB	(İslam Kalkınma Bankası)
KFH	(Kuveyt Finans Kurumu)
NCB	(The National Commercial Bank)
OPEC	(Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü)
ÖFK	(Özel Finans Kurumu)
SPSS	(Statistical Packet for Social Science) (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)
TBB	(Türkiye Bankalar Birliği)
TCMB	(Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası)
TMSF	(Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu)

GİRİŞ

İnsanların ihtiyaç ve isteklerinin artması ve buna dini inançlarındaki hassasiyetinde eklenmesiyle, insanların faizsiz bankalarda kredi ihtiyaçlarını değerlendirme istekleri doğmuştur. İnsanlar atıl durumda olan tasarruflarını değerlendirirken faizden uzak durmak istemektedirler. Bu sebepten dolayı geçmişte Özel Finans Kurumları adı verilen günümüzde Katılım Bankası olarak isimlendirilen bankalara ihtiyaç duyulmuştur. Özellikle muhafazakar kesimin katılım bankalarına olan tercihi daha fazladır. Faiz hassasiyetine sahip olan bireyler, faizsiz finans enstrümanlarına yatırım yapmaktadırlar.

1970’li yılların ortalarından günümüze kadar İslami bankacılık büyümüştür. İlk olarak dini hassasiyete sahip kişilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve küçük-orta boy işletmelere hizmet verebilmek amacıyla bir banka kurmak amaçlanmıştır. Bu yüzden 1975’de Devlet Sanayi İşçi Yatırım Bankası (DESİYAB) kurulmuştur. Ülkedeki istikrarsızlık nedeniyle çalışmalarını 1978’e kadar devam ettirebilmiştir. Fakat atılan bu adımla ülke önemli tecrübeler kazanmıştır. Bu tecrübeler İslami bankacılık uygulamasına yol gösterici olmuştur.

Faizsiz bankacılık sistemi Türk finans sistemi içerisinde 1983 yılında Özel Finans Kurumu (ÖFK) ismi altında girmiştir. Daha sonra ise bunu 1989, 1991, 1995 ve 1996 yıllarında faaliyet gösteren özel finans kurumları izlemiştir. 1 Kasım 2005 tarihinde 5411 sayılı kanunla “Katılım Bankası” na dönüşmüştür. 1 Kasım 2005 tarihli 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun 3.Maddesine göre Katılım Bankası şu şekilde tanımlanabilir; “Bu kanuna göre katılma hesabı ve özel cari hesaplar yolu ile kredi kullanılmak ve fon toplamak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar”dır. Katılım bankaları Türkiye’de yeni sayılabilecek düzeyde olmasına rağmen ticari bankalar ile rekabet edebilir seviyeye ulaşmıştır.

Kredi kullanmak isteyen müşteriler, faiz hassasiyetlerinden dolayı katılım bankalarına yönelmektedirler. Burada kullandıkları kredinin faiz yükü yerine katlanma maliyeti olarak ele alınması bu bankalara olan talebi arttırmaktadır. Katılım bankalarıyla çalışabilmek için bazı kurallar vardır. Kredilerin kullanımı bireysel finansman desteği, kurumsal finansman desteği, kar-zarar ortaklığı, mal karşılığı vesaikin finansmanı ve kiralama şeklinde olmaktadır. Nakdi kredi direkt olarak kullanılmaz. İhtiyaç sahibi bireylerin talep ettikleri fonu kullanacağı yeri sorgular. Klasik bankalarda kredi kullanımıyla ilgili geçerli olan yasal düzenlemeler katılım bankalarıyla çalışan işletmeler için de geçerlidir.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci ve ikinci bölümlerde bankacılık ve katılım bankacılığının tarihsel gelişim süreçleri, faaliyetleri, Türkiye'deki katılım bankaları, hukuki yapıları, özellikleri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, Bolu'da faaliyet gösteren katılım bankalarında bireysel müşterilerin kredi kullarımlarında katılım bankalarını tercih etme sebepleri üzerine araştırma yapılmıştır. Son bölümde ise çalışmanın sonuç ve öneriler kısmına yer verilmiştir.

I. BÖLÜM

1. BANKACILIK KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1. Bankacılık Kavramı

Banka kelimesi, Türkçe'ye İtalyanca'dan geçmiştir. İtalyanca'sı 'banco'dur. Sonraki zamanlarda banka olarak kullanıldığı tahmin edilmektedir. İtalyanca' da 'banco' kelimesi masa, sıra veya tezgâh anlamına gelebilmektedir. İlk bankerler diye adlandırılan Lombardiyalı Yahudiler, banka ile ilgili işlemlerini birer masa (banco) üzerinde yapmışlardır. Bazı bankerler taahhütlerini yerine getirmeyip iflas ettiklerinde halk bankerlerin bancosunu kırmıştır. Bu sebeple batı dilinde iflas eden kişi ya da kişilere banco sözcüğünden gelen 'bankrupt' denilmiştir (Parasız 2000:5).

Günümüzde banka ile ilgili tek bir tanım yapmak oldukça zordur. Genel olarak banka, mevduat toplayıp kredi veren finansal kuruluş olarak tanımlanabilir (Takan 2001:2).

Bankalar, her ülke için önemli bir yere sahiptir. Ülkelerin ekonomik anlamda yaptığı işlemlerde bankalar aracı kuruluşlardır. Ülkelerin kredi sağlamasında, fon transferinde, nakit giriş çıkışlarda ve buna benzer finansal işlemlerde bankalar üzerinden işlemler yürütülmektedir. Ülkelerin gelişimi açısından bankaların rolü büyüktür.

1.2. Dünyada ve Türkiye’de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

1.2.1. Dünyada Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Bankacılık hizmeti çok eski zamanlara dayanmaktadır. Tarihçiler bankacılığın altı bin yıl öncesine kadar uzandığını söylemektedirler. Sümerlerin Oruk (Ourouk) sitesinde bulunan ve ilk uygarlıklardan birinde M.Ö 3500 yılında kurulan maket, ilk banka kuruluşu olarak bilinmektedir (Ustaoğlu 2014:2).

Maketler harman zamanında ödenmek şartıyla çiftçilerin hammadde ve teçhizat alımını sağlaması için verilen ve ilk zamanlarda nakdi daha sonrada kredi olarak verdikleri yapılan kazılarda saptanmıştır (Parasız 2005:101).

Tarihte bilinen ilk bankaların kilise olduğu, bankacıların ise din adamları olduğu söylenmektedir. Kişiler paralarını din adamlarına emanet etmişler ve bu emanetin karşılığı belirli bir para ödemişlerdir. Şimdiki bankacılığın ilkel şeklidir diyebiliriz. İlerleyen zamanlarda emaneti muhafaza etmenin karşılığı olarak verilen para günümüzde faiz adıyla alınmaktadır.

Babil İmparatorluğu dönemi (M.Ö. 2067-2025) bankacılık işlemlerinin arttığı bir dönem olmuştur. Tarihte bankacılıkla ilgili ilk yazılı yasalar oluşturulmuştur. Babil Hükümdarı Hammurabi 2000’li yıllarda çıkardığı Hammurabi yasalarında bankacılığın nasıl işleyeceği ile ilgili bilgiler vermiştir (Aydemir 2004:3).

Roma, Eski Yunan ve Eski Mısır’da bankacılık ile uğraşan kurumlar bulunmaktaydı. Eski Mısır’da faiz ve tefeciliği yasaklayan kanunlar mevcutken, Eski Yunan’da faizi yasaklayan bir kanun getirilmemiştir. 1453’te gerçekleşen İstanbul’un fethi sonucunda oluşan Rönesans hareketleri ve daha sonraları yeni kıtaların keşfedilmesiyle ticaret okyanuslara kaymıştır. Batı ülkelerinde geçerli kilise hukuku yerini Roma hukukuna bırakmıştır. Böylelikle faize bakış açısı değişmiştir. O zamanlar yasal olmayan faiz daha sonraları uygun görülmüştür (Parasız 1997:91-92).

Modern bankacılık faaliyetlerinin görüldüğü ilk banka 1609'da Hollanda'da kurulan Amsterdam Bankası'dır (Takan, 2001:3). İtalya'da 1937'de kurulan Venedik Bankası modern bankacılığın ilk örneğidir (Altay 2006:32).

Bankacılık tarihinde ilk emisyon bankalar Stockhlom Bankası ve İngiltere Bankasıdır. Bankalar 16.yy'dan sonra para piyasalarında önemli bir yere sahip olmalarına rağmen paranın istikrarsız olması büyük bir sorun oluşturmaktaydı. İstikrarsızlığın giderilebilmesi için 1694'te İngiltere Bankası kurulmuştur. Kurulan bu banka Merkez bankası niteliğinde ve para çıkarma yetkisine sahipti (Öçal 1999:16).

20.yy'a geldiğimizde ABD bankalarının yaygınlaştığı görülmüştür. 1913 yılında ABD'de çıkartılan Federal Rezerv Kanunu ile yerel bankaların yurtdışında şube açma yetkisinin verilmesi dünyanın bankerliğini yapan İngiltere'yi olumsuz etkilemiştir. İlerleyen zamanlarda da sterlin ödeme aracı olmaktan çıkarak yerini dolara bırakmış ve New York finans alanında uluslararası merkez haline gelmiştir (Oksay 2003:48).

Bankacılık sektörü sürekli kendini yenileyen ve değişime ayak uydurmaya çalışan bir sektördür. Bankacılık sektöründe ürün çeşitliliği, yeni finansman araçları ortaya çıkmıştır. Günümüzde bireysel bankacılık ile ilgili gelişmeler görülmüştür. Yaygınlaşan bilgisayar teknolojileri ve internet bankacılığının gelişmesi ile alternatif yöntemler geliştirilmiştir. Kişiler banka ile muhatap olmaktan ziyade günümüzde işlemlerini daha çok ATM (Otomatik Para Çekme Makinesi) ve internet bankacılığı ile yürütmektedirler.

1.2.2. Türkiye'de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de bankacılığı tarihsel olarak ele aldığımızda iki dönem halinde inceleriz. Bunlar; Osmanlı döneminde bankacılık ve Cumhuriyet döneminde bankacılık.

Tablo 1.1: Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

M.Ö 3500	Sümer ve Babil’de mabetlerde rahiplerin borç verdiğiine dair bankacılık belgeleri bulunmuştur.
M.Ö 2000	Eshunna Krallığı ilk bankacılık yasalarını düzenlemiş ve faiz oranını %20 olarak hükme bağlamıştır. Hammurabi Yasaları ile mevduat toplama, kredi verme gibi bazı temel işlemlerin hükme bağlandığı görülmüştür.
M.Ö 1000	İlk ve Orta Çağ’da Yunanlılar, Romalılar ve Mısırlılar bankacılığı geliştirmiş, eski Mısır’da faiz sınırlanırken eski Yunan’da bankacılık denetimlerine başlanmıştır.
1609	İlk modern banka “Amsterdam Bankası” kurulmuştur.
1637	Venedik Bankası kurulmuş çek ve banknot kullanımı başlamıştır.
1640	İngiltere Kralı tarafından tüccarların altına el konulmasıyla birlikte, altınlar ‘goldsmith’ denilen tüccarlara sertifika kârşılığı verilmeye başlamıştır.
1694	İngiltere Merkez Bankası (İlk Merkez Bankası) kurulmuştur.
1907	Sistem, Federal Reserve Bank (ABD Merkez Bankası) ile olgunluğa ulaşmış ve modern banka sistemini oluşturmuştur.

Kaynak: (Aydın 2006:21)

1.2.2.1. Osmanlı Döneminde Bankacılık

Osmanlı döneminden Tanzimat’a kadar geçen zamanda bankacılık ile ilgili herhangi bir kuruluşun olduğu görülmemiştir. Osmanlı’nın topraklarının geniş olması ve elde edilen hasılatın iyi olması, halkın büyük bir kısmının temel ihtiyaçlarını karşılamaya yetmiştir. Osmanlı döneminde bankacılığın gelişmemesinin asıl nedeni Osmanlı’nın askerlik ve yöneticilik işleriyle uğraşıyor olmasıdır (Bozdemir 2007:5).

Bankacılık faaliyetlerine tarihsel olarak bakıldığında çok eskilere dayandığı görülmektedir. 19.yy’ın sonlarına doğru sanayi devriminin etkisi altında kalarak önemli ölçüde gelişme göstermiştir. Osmanlı imparatorluğu bu dönemlerde siyasi ve ekonomik açıdan gerileme döneminde olduğu için bankacılık alanında gelişme sağlanamamıştır. Bankacılık faaliyetlerine Tanzimat Dönemine kadar rastlanılmamıştır fakat kredi ihtiyacını giderecek kurumlar ve şahıslar vardı. Nakit Vakıfları denilen bağış kuruluşları ihtiyaç sahibi kimselere gelirlerinden borç veriyor ve bu şekilde verdikleri para karşılığı alınan faizde vakfın faaliyetini devam ettirebilmesi için kullanılıyordu. Lonca teşkilatı ve Ahi teşkilatının Hazine Bankası görevinden sorumlu Orta Sandıkları toplumun kredi ihtiyacını karşılamaktaydı. Bu yerel kuruluşlar genellikle Türklerin elindeydi ve toplumun alt ve orta sınıfın ihtiyaçlarını karşılamaktaydılar. Bu dönemlerde oluşan bütçe açıklarını Galata Bankerleri yani Sarrafları karşılıyordu. Bu bankerler ise; Rum, Ermeni ve Musevi azınlıklardan oluşmaktaydı (Bolay 1991:49).

Bankacılık da Galata Bankerlerinin yeri ayrı bir öneme sahipti. Bankerler; kambiyo işlemlerini yapmak, hazineye borç para vermek, kişilerin birikimlerini değerlendirmek, vergi iltizamı almak, senet iskonto etmek, devlet adamlarının gelir yönetimini sağlamak gibi işlerle uğraşmaktaydılar (Akgüç 1989:9).

Osmanlı devleti yaşadığı ekonomik problemler ve sıkıntıya düştüğü politik problemlerden dolayı devletin paraya ihtiyacı artmaya başlamıştı. Kullanılan farklı paralardan dolayı da düzensizliğe engel olmak amacıyla ilk kağıt para olan Kaime 1839 yılında tedavüle girdi. Kaime sadece iç piyasada işlem görmüştür. Kaime adı verilen kağıt paranın altın ve gümüş karşısında değer kaybetmesi engellenememişti. Osmanlı devleti anlaştığı iki Galata bankeriyle beraber 1847 yılında Bank-ı Dersaadet (İstanbul Bankası)'nın kurulmasına yardımcı olmuştur. Banka 1852 yılında faaliyetlerine son vermiştir. Bunun sebepleri ise; Osmanlı devletinin borçlarını geri vermemesi ve Fransız ihtilalinin olumsuz etkilemesidir.

İstanbul Bankası'nın kapanmasından sonra Osmanlı Devleti'nin kredi ihtiyacını karşılayabilmek için 1856-1875 yıllarında 11 yabancı sermayeli banka kurulmuştur. Bunlardan bir tanesi de 1859 yılında kurulan Bank-ı Osmani-i Şahane günümüzdeki ismiyle Osmanlı Bankası'dır. İlerleyen zamanlarda yabancı sermayeli bankalardan bazıları Osmanlı Bankası'na katılmıştır. Bazıları ise 1876 yılında gerçekleşen Osmanlı-Rus savaşından sonra faaliyetine son vermiştir. Osmanlı Bankası ise faaliyetini Cumhuriyet'ten sonra da uzun bir süre devam ettirmiştir. Osmanlı Bankası, modern anlamda mevduat ve ticaret bankası olarak kurulan ilk kredi kurumudur (Atmaca 2013:15).

Aydın ve Söke'de pamuk yetiştirilmesinde büyük bir ilerleme görülmüştür. Üretilen pamuğun büyük bir kısmının İngiltere'ye ihraç edilmesi ile İngiliz tüccarlar ve bankerler bu ihracatı ilerletebilmek için bir banka kurmaya karar vermişlerdir. 1864'te The Ottoman Financial Association Limited (Osmanlı Finansal Birliği Limited Şirketi) kurulmuştur (Kazgan 1997:95).

Osmanlı Devleti'ne vali olarak atanan Mithat Paşa, çiftçilerin kredi ihtiyacını gidermek için ilk tarım müessesesi olan Memleket Sandıklarını 1863'te kurmuştur. Bu kuruluş kısmen banka kısmen de tarım kooperatifiydi. Bu kuruluş şimdiki Ziraat Bankası'nın temelini oluşturmuştur. İlerleyen zamanlarda asıl amaçlarından saptırılan Memleket Sandıklarını kontrol altına alabilmek için 'Menafi' sandıkları kurulmuştur. Bu gelişme sayesinde sandıklar daha düzenli tutularak kayıtlar daha düzenli bir hale getirilmiştir. Menafi Sandıkları'nın daha iyi bir şekilde işleyebilmesi için modern finans kuruluşu olan Ziraat Bankası kurulmuştur. Ziraat Bankası 1888 yılında kurulmuştur. Menafi Sandıkları da Ziraat Bankası'nın şubeleri haline getirilmiştir. Ziraat Bankası kurulduğunda bankanın ilk görevleri; satışı mümkün olmayan gayrimenkul rehni ve kıymetini kefalet karşılığı çiftçiye kredi olarak kullanırmak, ziraat ile ilgili sarraflık işlemleri ve aracılık işleri, faiz karşılığı tevdiat kabul etmek olarak belirlenmiştir (Akcan 2012:11-12).

Ziraat Bankası'nın sermayesi şu kalemlerden oluşmaktaydı (Sağlam 2008:29);

- Sandıkların alacakları
- 1887 yılına kadar Menafi Sandıklarında toplanan para
- Bankanın kurulduğu zamandan sonra elde ettiği karları vb.

Tablo 1.2: Osmanlı Döneminde Kurulan Yabancı Bankalar

	Banka İsimleri	Kuruluş Tarihi	Kuruluş Yeri	Açıklama
1	İstanbul Bankası (Banka-ı Dersaadet)	1847	İstanbul	1852'de faaliyeti sona ermiştir.
2	Banka-i Osmani	1856	İstanbul	1863 yılında Banka-i Osmani Şahaneye katılmıştır.
3	İttihadi Mali	1859	İstanbul	Paranın dış değerini stabilize etmek için kuruldu.
4	Türkiye Bankası	1860	İstanbul	1861 yılında faaliyeti sona ermiştir.
5	Bank-ı Osmani-i Şahane	1863	İstanbul	2001'de Garanti Bankası'na devredilmiştir.
6	Şirket-i Umumiyye-i Osmani	1864	İstanbul	1893'te tasfiye edilmiştir.
7	Şirket-i Maliye-i Osmani	1866	İstanbul	Kurulduktan kısa bir zaman sonra Osmanlı Osmani Bankası'na devredilmiştir.
8	İtibari Umumi-i Osmani Şirketi	1868	İstanbul	1899'da Osmanlı Bankası'na geçerek tasfiye olmuştur.
9	Avusturya-Osmanlı Bankası	1871	İstanbul	1874'de Osmanlı Bankası ile birleşmiştir.
10	Avusturya-Türk Bankası	1872	İstanbul	1873'te tasfiye olmuştur.
11	İstanbul Bankası	1872	İstanbul	1894'te K.ve E Şirketi Osmaniyesine katılmıştır.

Tablo 1.2 (devamı): Osmanlı Döneminde Kurulan Yabancı Bankalar

	Banka İsimleri	Kuruluş Tarihi	Kuruluş Yeri	Açıklama
12	Kambiyo ve Esham Şirketi Osmaniyesi	1872	İstanbul	1899'da tasfiye olmuştur.
13	Selanik Bankası	1888	İstanbul	1969'da Uluslararası Endüstri ve Tic. Bankası ismini almıştır.
14	Midilli Bankası	1891	İstanbul	1903'te tasfiye edilmiştir.
15	Türkiye Milli Bankası	1909	İstanbul	İngiliz yatırımları için kurulmuştur ve 1913 yılında kapanmıştır.
16	İtibari Mali Osmani Şirketi	1910	İstanbul	Fransız sermayesi kontrolü altında kurulmuştur.
17	Türkiye Ticaret ve Sanayi Bankası	1910	İstanbul	1914'te tasfiye edilmiştir.
18	Osmanlı Ticaret Bankası	1910	İstanbul	Ermeniler tarafından kurulmuştur ve 1914 yılında tasfiye edilmiştir.
19	Şirketi Ticariyye Sinaiyye ve Maliyye	1913	İstanbul	Kârma bir şirketti. Sermayesinin %50'den fazlası yabancılardaydı.

Kaynak: (Akgüç 1989: 105-106)

Tablo 1.3: Osmanlı Döneminde Kurulan Milli Bankalar

	Banka İsimleri	Kuruluş Tarihi	Kuruluş Yeri	Açıklama
1	Ziraat Bankası	1863	İstanbul	1937'de T.C Ziraat Bankası adını alarak ve Ankara'ya taşınmıştır.
2	İstanbul Emniyet Sandığı	1868	İstanbul	1984 yılında T.C Ziraat Bankası ile birleşmiştir.
3	İstanbul Bankası	1911	İstanbul	1930'da faaliyeti sona ermiştir.
4	Konya İktisad-ı Milli Bankası	1911	Konya	1959'da faaliyeti sona ermiştir.
5	Adapazarı İslam Ticaret Bankası	1913	Adapazarı	1919 yılında anonim şirket şeklini alarak, 1930 yılında da Türk Ticaret Bankası ünvanını almıştır.
6	Emlak ve İkrizat Bankası	1914	İstanbul	1930'da faaliyeti sona ermiştir.
7	Asya Bankası	1914	İstanbul	1928'de feshedilmiştir.
8	Milli Aydın Bankası	1914	Aydın	
9	Emval-i Gayrimenkule ve İkrizat Bankası	1915	İstanbul	1942'de faaliyeti sona ermiştir.
10	Karaman Milli Bankası	1915	Karaman	1937'de faaliyeti sona ermiştir.
11	Kayseri Milli İktisat A.Ş.	1916	Kayseri	1937'de faaliyeti sona ermiştir.
12	Köy İktisat Bankası	1916	Kayseri	1920 yılında Kayseri Çiftçiler Bankası adını almış ve faaliyeti sona ermiştir.
13	Akşehir Bankası	1916	Akşehir	1960'da faaliyeti sona ermiştir.
14	Osmanlı İtibar-ı Milli Bankası	1917	İstanbul	1927'de Türkiye İş Bankası ile birleşmiştir.
15	Ticaret ve İtibar-ı Umumiye Bankası	1917	İstanbul	Faaliyetinin ne zaman sona erdiği belli değildir.
16	Manisa Bağcılar Bankası	1917	Manisa	Türkiye Bağcılar Bankası adını almıştır ve 1984 yılında tasfiye edilmiştir.
17	Milli İktisat Bankası	1918	İstanbul	1930'lu yıllarda tasfiye edilmiştir.

Tablo 1.3 (devamı): Osmanlı Döneminde Kurulan Milli Bankalar

Banka İsimleri	Kuruluş Tarihi	Kuruluş Yeri	Açıklama
18 Türkiye Umumi Bankası	1918	İstanbul	
19 Konya Ahali Bankası	1918	Konya	Elektrik getirmek amacıyla kurulmuştur ve 1924 yılında bankaya çevrilmiştir. 1945'te faaliyeti sona ermiştir.
20 İktisat Türk A.Ş.	1918	İstanbul	1933'te faaliyeti sona ermiştir.
21 Eskişehir Çiftçi Bankası	1918	Eskişehir	1926'da faaliyeti sona ermiştir.
22 İtibar ve Ticaret Osmanlı A.Ş.	1918	İstanbul	1930'lu yıllarda faaliyeti sona ermiştir.
23 Adapazarı Emniyet Sandığı	1919	Adapazarı	1971'de faaliyeti sona ermiştir.
24 Konya Türk Ticaret Bankası	1920	Konya	1943'te faaliyeti sona ermiştir.
25 Bor Zürra ve Ticaret Bankası	1922	Bor	1961'de faaliyeti sona ermiştir.
26 Dersaadet Küçük İkras Sandığı	1923	İstanbul	Faaliyetinin ne zaman sona erdiği belli değildir.

Kaynak: (Akgüç 1989: 78-79)

1908 yılında ilan edilen 2.Meşrutiyet'ten 1923'e kadar ki sürede toplam 24 milli banka kurulmuştur. Bunlardan 11'i İstanbul, 13'ü Anadolu şehirlerinde yer almaktaydı. Kurulan bankalardan 14 tanesi Cumhuriyet döneminde varlığını sürdürürken, diğerleri kapanmıştır. Günümüze kadar gelen banka sayısı 2 tanedir. Bunlardan biri Tarihbank (Milli Aydın Bankası) A.Ş. 2002'de Denizbank'a geçmiştir. Diğerleri ise Türk Ticaret Bankası A.Ş.'dir. Tasfiye sürecindedir (Atmaca 2013:15).

1.2.2.2. Cumhuriyet Dönemi Sonrası Bankacılık

Cumhuriyet dönemine kadar geçen zamanda bankacılıkla daha çok yabancılar ilgilenmiş ve milli bankacılık da sınırlı sayıda kalmıştır. Kurtuluş savaşından sonra milli bankaların kurulması ile bankacılık alanında yabancıların hegemonyasından kurtulması gerektiği İzmir İktisat Kongresinde dile getirilmiştir (Erdem 2006:237-238).

Cumhuriyet dönemi sonrası bankacılığın tarihsel gelişimi şu şekildedir:

- Ulusal bankalar dönemi (1923-1932)
- Kamu bankaları dönemi (1933-1944)
- Özel bankalar dönemi (1945-1960)
- Planlı dönem (1960-1980)

- Serbestleşme ve dışa açılma dönemi (1981-2001)
- Yeniden yapılandırma dönemi (2002-2007)

Ulusal bankalar dönemi (1923-1932)'nde;

1923 yılı İzmir İktisat Kongresi'nde, ulusal bankacılığın kurulması gerektiği söylenmiş ve bunun devlet katkısı ile sağlanabileceği dile getirilmiştir. Kongreye katılan tüccarların isteğiyle 1924'te Türkiye İş Bankası kurulmuştur. Özel sektör bankasıdır. Kongreye katılan sanayicilerin isteği üzerine de 1925'te Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası kurulmuştur. İlk kalkınma bankasıdır. 1932 yılında Türkiye Sanayi ve Kredi Bankası ismini almıştır ve 1933'te Sümerbank'a geçmiştir. Konut kredisi sağlayabilmek için 1927'de Emlak ve Eytam Bankası kurulmuştur. 1946 yılında Emlak ve Kredi Bankası olarak değiştirilmiştir. Cumhuriyet döneminde yaşanan en önemli gelişme ise 1930 yılında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın kurulmasıdır (TBB 2008:3).

I. Dünya Savaşı'ndan sonra emisyon sağlayabilmek için merkez bankasının kurulması fikri ortaya atılmıştır. İlk defa 1923 yılında İzmir İktisat Kongresi'nde dile getirilmiştir. Lozan Üniversitesi'ndeki Prof. Leon Morf'un aracılığıyla Merkez Bankası yasa tasarısı düzenlenmiştir. Bu tasarı Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından 11 Haziran 1930'da kabul edilerek '1715 sayılı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Kanunu' adıyla 30 Haziran 1930'da Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. TCMB faaliyetine 1931'de başlamıştır (http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/dundenbugune_TCMB.pdf, 1 Eylül 2017'de erişildi).

1923 ile 1932 yılları arasında yerel bankalar kurulmuştur. Ancak bu bankaların büyük bir kısmı 1929 yılında yaşanan Büyük buhran nedeniyle faaliyetlerini durdurmuşlardır (Takan 2001:5-6 ve Parasız 1997:93).

Özel amaçlı devlet bankalarının kurulduğu dönemi (1933-1944)'nde;

Keynesyen görüş, 1929 ekonomik buhranın etkisiyle dünya ülkelerinde etkili olmaya başlamasıyla beraber ülkemizde de etkisini göstermeye başlamıştır. 1.Beş Yıllık Sanayi Planı'nın hazırlanması bu dönemde gerçekleşmiştir. Bu planla birlikte

devletçilik politikası önem kazanmıştır ve büyük sermayeye sahip devlet bankaları kurulmuştur (Uçarkaya 2006:61).

Bu dönemde İktisadi devletçilik stratejisi bankacılığı önemli oranda etkilemiştir. Bu stratejiyle birlikte; Belediyeler Bankası (1933), Sümerbank (1933), Etibank (1935), Denizbank (1937), Halk Bankası ve Halk Sandıkları (1938) işletmeleri devlet tarafından özel banka statüsüyle kurulmuştur (TBB 2008:4-5).

Özel bankaların geliştiği dönemi (1945-1959)'nde;

Bu dönemde sanayileşme de özel sektör desteklenerek ekonomik kalkınma hızlandırılmış ve bu alanda politikalar geliştirilmiştir. Bunun sebeplerinden bir tanesi 1950'de Demokrat Parti'nin geçmesidir. Bu dönemde; Yapı ve Kredi Bankası (1944), Garanti Bankası (1946), Akbank (1948), Pamukbank (1955) ve Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (1950) kurulmuştur (TBB 2008:5-6). 1945-1960 döneminde üç tanesi özel kanunlarla toplam 30 tane yeni banka kurulmuştur (Günel 2007:175 ve Erdem 2006:239).

Planlı dönemi (1960-1980)'nde;

Bu dönemde karma ekonomik sisteme geçilerek ithal ikameci sanayileşme politikası uygulamaya konulmuştur. Bu dönemde bankacılık sektörü devlet kontrolünde kalmıştır. Bu dönemde özel durumlar haricinde yeni ticaret bankası ve yeni yabancı banka kurulmasına izin verilmemiştir(TBB 2008:11-12).

1960 yılından sonra çok şubeli bankacılık yaygınlaşmıştır.1970 yıllarının ortalarında bankaların yönetimini özel holdingler ele geçirmiştir. Bunun nedeni ise 7129 sayılı Yasanın 38. Maddesiyle bankalar %25 hissesine sahip oldukları iştiraklerine açtıkları kredi oranında ki üst limiti kaldırmasıdır (Parasız 1997:94).

Bu dönemde 5 tanesi kalkınma, 2 tanesi ticaret toplam 7 banka kurulmuştur. Bunlar; T.C. Turizm Bankası (1962), Sınai Yatırım ve Kredi Bankası (1963), Devlet Yatırım Bankası (1964), Türkiye Maden Bankası (1968) ve Devlet Sanayi ve İşçi

Yatırım Bankası (1976)'dır. Bu dönemde kurulan ticaret bankaları ise; Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası (1964) ve Arap-Türk Bankası (1977)'dir (TBB 2008:12).

Serbestleşme ve dışa açılma dönemi (1981-2001)'nde;

1980 yılı öncesi dışa kapalı, ithal ikameye dayalı bir strateji izlenirken, 24 Ocak 1980 Kararlarıyla birlikte ihracata yönelik (Ural 2003:16-17) ve finansal liberalizasyon stratejisi izlenmiştir. Bu stratejilerle birlikte pozitif reel faiz politikası ve esnek döviz kuru uygulamaya konulmuş ve mali piyasaların derinleşmesi ve serbestleşmesine yönelik yeni düzenlemeler getirilmiştir (TBB 2008:14).

1989'dan sonra yüksek düzeydeki kamu finansman açığından dolayı ekonomide 'yüksek faiz yüksek enflasyon' ile karşılaşmıştır. Artan bütçe açıkları ise Merkez bankası ve iç borçlanma yoluyla giderilmiştir. 1994 yılında yaşanan finansal krizle faiz oranları çok yükselmiş, TL yabancı para karşısında değerini kaybetmiş, finansal açıdan küçülme yaşanmıştır (TBB 2008:15-16). Yaşanan krize çözüm bulabilmek için 5 Nisan 1994 Kararları alınmıştır. Bu kararlarla birlikte 3 banka iflas ederek faaliyetlerine son verilmiştir. Bankacılık sisteminde bir krizin daha çıkmasına engel olabilmek için bankalardaki mevduata ve faize %100 devlet garantisi verilmiştir. Ancak 2000 yılında bir karar alınarak mevduata ve faize verilen devlet garantisi kademeli şekilde azaltılmıştır (Takan 2001:9-10).

Bankacılık alanında yeni yasal ve kurumsal düzenlemeler getirilerek uluslararası standartlara uyum için 1999 yılının Haziran ayında 4389 sayılı Bankalar Kanunu yürürlüğe girmiştir. Bu kanunla uluslararası uygulamalara paralel olarak bankacılık sektörünün düzenlemesi, denetimi ve gözetimi Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'na devredilmiştir (http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/Diger_Raporlar/15279C8914BD.pdf, 3 Eylül 2018'de erişildi).

1999'da beş tane mevduat bankasının yönetimi tasarruf mevduat sigorta fonuna devredilmiştir. Bu bankalar; Interbank, Yurtbank, Yaşarbank, Egebank ve Esbank'tır. Kalkınma ve Yatırım bankaları arasında yer alan Birleşik Yatırım Bankası'nın faaliyetlerine son verilmiştir (TBB 2008:18).

2000 yılında üç tane özel sermayeli ticaret bankası (Etibank, Demirbank ve Bank Kapital) yönetim Fon'una devredilmiştir. Ticaret bankası olan Kıbrıs Kredi Bankası ile Yatırım ve Kalkınma Bankası olan Park Yatırım Bankası'nın bankacılık faaliyetine son verilmiştir (TBB 2008:19).

Yeniden yapılandırma dönemi ve günümüz Türk bankacılığı dönemi (2002 ve sonrası)'nde;

2001 yılının Nisan ayında 'Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı', 2002 yılının başlarında yeniden revize edilmiştir. 2002 yılı sonrasında bankacılık alanında önemli yapılandırma süreci yaşanmıştır. Özel bankalar 2001 krizinden sonra kaybettikleri sermayelerini güçlendirmişlerdir. Krizden sonra toparlanamayan bankalar ise birleşmiş ya da TMSF'ye geçmiştir (TBB 2008:20).

Türkiye'nin 2001 krizi sonrası banka sayıları azalmıştır. 2001'de 61 bankaya sahipken 2004'te 48 bankaya kadar düşmüştür. 1999-2003 yıllarında 20 tane banka TMSF'ye geçmiş, 8 tane bankanın faaliyeti durdurulmuş ve 11 tane banka birleşme yoluna gitmiştir (Yiğitoğlu 2005:119).

2009 yılı yaşanan küresel kriz nedeniyle dünya genelinde sancılı geçmiştir. Yaşanan küresel kriz başta finans sektörü olmak üzere tüm sektörleri etkilemiştir. 2008 yılının son çeyreğinde G-20 ülkeleri, uluslararası alanda uygulanacak olan önlemlere ilişkin önerilerde bulunmuşlardır. Ekonominin daha çabuk toparlanmasına katkıda bulunmuşlardır (TBB 2010:1).

II. BÖLÜM

2. KATILIM BANKACILIĞI KAVRAMI, GELİŞİMİ VE FAALİYETLERİ

2.1. Katılım Bankacılığı Kavramı

Katılım bankacılığı, fonları toplama ve kullandırma işleminin faiz alınmadan yapılmasıdır.

Katılım bankacılığı; faiz işlemlerine her şekilde kapalı olarak işlem yapan ve İslami inançlar çerçevesinde hizmet veren bir kurumdur (Kaya 2010:29).

2.2. Katılım Bankacılığının Gelişimi ve Ortaya Çıkışı

Faizsiz bankacılığın tarihi çok eski zamanlara dayanmaktadır. Çok sayıda kaynağa göre faizsiz bankacılık tarihi M.Ö.2123-2081 yıllarında hüküm süren Babil Hükümdarı Hammurabi'ye kadar gitmektedir. Hammurabi Kanunları diye adlandırılan düzenlemelerde 100.Bölümden 107.Bölüme kadar olan bölümlerde, ikraz işlemlerinin nasıl yapılacağı gösterilmiştir. Yapılan bu düzenlemeler, tarihte faizsiz yatırıma olanak sağlayan ilk örnek olarak bilinir (Ergan ve Mert, 2000).

Bankacılık işlemleri ilk çağlarda mabetler tarafından yapılmaya başlanmıştır. İlk zamanlar faizsiz olarak yapılan işlemler daha sonraları mabetler tarafından faizli olarak yapılmıştır. İlerleyen zamanlarda bankacılık işlemleri, mabetlerin elinden çıkmış ve ticaretle uğraşan varlıklı Yahudi aileler ele geçirmiştir. Bunun ilk örnekleri M.Ö.500-465 yıllarında Fırat nehri yakınlarındaki İsrail'den sürülen 'Murashu' ve 'Egibi'

aileleridir. M.S.1118 senesinde Hıristiyan can ve mal güvenliğini sağlayabilmek için ‘Templier’ adında bir mezhep kurulmuştur. Bu mezheptekilere ‘Templiler’ denilmiştir. Yapılan bağışlar ile Avrupa’da mezhebin şube sayısı 1000’den fazla sayıya ulaşarak geniş nüfuz ve servet sahibi bir kuruluş olmuştur. Bu kuruluş ticari ve askeri alanda üyelerine faizsiz kredi imkanı sağlamıştır. Perouse’de 1462’de P. Michelve Milan’ın kurduğu meşhur kredi kuruluşu Mondöpiyete’lerin ilk zamanlar faizsiz borç verdikleri ve sonradan kötü idare ve artan masraflardan dolayı faizli bir şekil aldıkları da bilinenler arasındadır (Ustaoğlu 2014:20).

Milattan sonra ise 9.yy’da devlet hazinesi olarak bilinen ‘Beyt-ül Mal’ adı altında ‘Şahbaz’ adında ki çalışanlara yer verilmiştir. Bu çalışanların görevi ‘Divanal Şahmazah’ da bildirilmiştir. Bildiriye göre Şahbaz’ların görevi vergi toplamak ve vergilerin bilgilerini ‘Khatmal’ adındaki raporlar ile devlete vermektir. Şahbaz’ların başka bir görevi ise devletin hazinesi boşaldığında devlete faizsiz kredi sağlamaktır. 18.yy’da Avrupa’da ‘Yardım Cemiyetleri’ ve ‘Dostluk Cemiyetleri’ kurulmuştur. Bu cemiyetler zor durumdakilere faizsiz kredi vermişlerdir. Bu sistem insanların beğenisini kazanmış ve kısa zaman içerisinde hızla büyümüştür. 1793’de İngiltere’de 7000 den fazla dostluk cemiyeti kurulmuştur (Akcan 2012:26).

Faizsiz bankacılık fikrini ilk olarak Pakistanlı düşünürler ortaya atmıştır. 1955 yılında faizsiz bankacılıkla ilgili araştırma yapan ilk iktisatçı Muhammed Uzair’dır. 1963’te Mısır’da Suudi Arabistan kralı Faysal’ın katkılarıyla tekstil sektöründe finansman sağlayabilmek için İslami banka kurulmuştur (Akcan 2012:26). 1963’te Ahmet Naccar tarafından kurulup denetlenilen bu banka 1966’da kapanmıştır. Faizsiz bankacılığın en eski örneği 1974’te Cidde’de kurulan 1975’te faaliyete geçen ‘İslami Kalkınma Bankası’dır (Polat 2009:83).

2.3. Türkiye’de Katılım Bankacılığı

2.3.1. Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişimi

Faizsiz bankacılığın Türkiye’de görülmesinde etkili olan faktörlerden biri, 1970 yıllarında tercüme edilip yayınlanan teorik çalışmalar diğeri ise yaşanan pratik

uygulamalardır. Bu pratik uygulamaların en önemlisi ‘işçi şirketleri’ dir. Anadolu insanına has bir model olarak bilinen İşçi Şirketleri, 1970 yıllarının başından itibaren yurtdışında, özelde Avrupa’da bulunan işçilerin tasarrufları ile kurdukları çok ortaklı şirketlerdir. Sayıları kesin olarak bilinmemekle beraber binlercedir. Bu teşebbüs, dini hassasiyete sahip muhafazakar insanların ellerindeki fonları faize bulaşmadan ticari alanda değerlendirmek, buldukları bölgeleri sanayileştirmek ve kalkındırmak ayrıca istihdam alanı yaratmak olarak görülür. Bu sebepten dolayı ‘faizsiz bankacılık’ alanına en fazla destek bu çevrelerden gelmiştir. Fakat, ‘gurbetçi işçilerin’ bu istekleri istenilen seviyeye ulaşmamıştır. Bir kısmı tasfiye olmuş, bir kısmı el değiştirmiştir. Günümüzde faaliyette bulunan şirket sayısı 223’tür. Bu şirketler arasında başarılı olanlar da bulunmaktadır. Yaşanılan bu tecrübe başarısızlıkla sonuçlansa da yeni bir kaynak keşfedilmiştir. Faizsiz bankacılık fikri doğmuştur (Yılmaz 1989:305-333).

1970 yıllarının başlarında, dini hassasiyete sahip insanların ihtiyaçlarına karşılık vermek, diğer yandan da küçük boy ve orta boy işletmelere hizmet verebilmek amacıyla bir banka kurmayı amaçlamışlardır. Bu amaçla, 1975’de Devlet Sanayi İşçi Yatırım Bankası (DESİYAB) kurulmuştur. Ülkede yaşanan istikrarsızlık sebebiyle çalışmalarını 1978’e kadar devam ettirebilmişlerdir. Faizsiz finansman modeli olarak ülkeye önemli tecrübeler kazandırmıştır. Bu tecrübeler, alternatif bir bankacılık uygulaması bakımından önemlidir. Bu tecrübe ve birikimlere benzer olarak uluslararası düzeyde yaşanan birçok iktisadi ve siyasi gelişmeler ülke içinde ve dışında çok sayıda ilmi çalışmalar sayesinde önemli birikimler sağlamıştır. Bu birikimlerle, İslami esaslara dayalı bankacılık uygulamasına bir bakıma yol haritası olmuştur. 1980 yıllarının başlarında, ülke dışı açık ve rekabete dayalı ekonomik sisteme geçmesinde önemli katkıda bulunmuştur. Bu sisteme geçmekle, finansal sistemde liberalleşerek, ‘faizsiz bankacılığa’ geçişin önü açılmıştır (Şahinkaya 2002:10).

Diğer taraftan, İslam Kalkınma Bankası (İKB)’nin kurucuları arasında yer alan Türkiye, ilk defa ‘faizsiz banka’ modeliyle tanışmıştır. Türkiye 1984’te bankadaki sermayesinin payını arttırmış ve kuruluşun en fazla paya sahip ortaklarından biri haline gelmiştir. Ayrıca, Yönetim Kurulu’nda devamlı olarak üye bulundurma hakkı kazanmıştır. Böylelikle, İslam ülkelerinde ekonomik işbirliği programlarını

gerçekleştirmede, dış ticaretin artmasında, özel sektörün teşvikinde, altyapıya yapılan yatırımların desteklenmesinde ve çeşitli finansman tekniklerini geliştirmede önemli rol oynayan ve dünyanın önemli finansal kuruluşlarından biri olarak, banka alanında ki etkinliğini arttırmıştır. Bankanın, Türk işletme ve kuruluşlarının uluslararası düzeyde, finans piyasalarına girmesinde önemli etkisi olmuştur. 1983 yılında kararname ile düzenleme yapılmıştır ve 1984'te ilk faizsiz finans kurumları (Faisal Finans ve Al Baraka) kurulmuştur. Böylelikle Türk Finans Sistemi yeni bir finans modeli ile tanışmıştır (Canbaz 2016:171-172).

Kurumsallaşma

Faizsiz bankacılık modeli Türk finans sistemine 1983'te ÖFK (Özel Finans Kurumu) adıyla girmiştir. 2005 yılının sonuna kadar bu isim altında faaliyetini devam ettirmiştir. Fakat 1 Kasım 2005 tarihli ve 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile 'Katılım Bankası'na dönüşmüştür. 1 Kasım 2005 tarihli ve 5411 sayılı Bankacılık Kanun'un 3.Maddesi'nde katılım bankası tanımı şu şekilde yapılmıştır; 'Bu kanuna göre katılma hesabı ve özel cari hesaplar yoluyla fon toplamak ve kredi kullanırmak temel alınarak faaliyet gösteren kuruluşlar'dır. Özel finans kurumu Türkiye'ye has bir modeldir. Bu modelin 'faizsiz bankacılığı' tanımlaması başlangıçtan beri tartışılmıştır (Özcan ve Hazıroğlu 2000:191-196). 1980 Darbesi sonrası model kurumsallaşmış ve dönemin hassasiyetleri sebebiyle 'İslam' vurgusundan uzak, zorlama bir tanım yapılmıştır. Her şeye rağmen toplumun ilgisi artış göstermiştir. 1990 yıllarının sonunda yaşanmaya başlanan 'finansal krizler' ve 2008'de yaşanan 'küresel kriz' süreçlerinde, sistemin krize olan dayanıklılığı ve reel sektöre katkıları test edilmiştir. Bankacılık sistemi geçirdiği reformlarla faizsiz bankacılığın yasal dayanakları güçlendirilmiş ve 'Katılım Bankacılığı' kavramına geçilmiştir. Katılım bankacılığı, İslami kurallara dayanarak faaliyetini sürdürmektedir (Canbaz 2014:207).

Faizsiz bankacılığın geçirdiği süreçler şu şekildedir (Canbaz 2014:207-208);

-Katılım bankacılığının ilk aşaması, 16/12/1983 tarihli ve 83/7506 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla 'Özel Finans Kurumları' kararnamesi yayınlanmıştır. Bu kararname ile 'faizsiz bankacılık' yapmanın yolu açılmıştır.

Sonrasında ilk düzenlemeler yapılmaya başlamıştır. Bunlardan biri, 25 Şubat 1984'te yapılan ilk düzenlemedir. Diğeri, 25 Şubat 1984'te Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yaptığı düzenleme, bir diğeri de 21 Mart 1984'te T.C. Merkez Bankası'nın yayımladığı tebliğlerdir. Bu tebliğlerle sistemin ayrıntılarına açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Yapılan bu düzenlemelerin sonrasında ilk 'faizsiz finans kurumları' kurulmaya başlamıştır.

-İlk finans kurumları, 1984'te kurulan Faisal Finans ve Al Baraka Türk Özel Finans Kurumları'dır. Yabancı sermaye ağırlıklı olan bu kurumlar, bankacılık faaliyetine 1985'te başlamıştır.

-Kurulan üçüncü kurum ise, 1989'da kurulan ve daha çok yabancı sermaye ağırlıklı olan Kuveyt Türk Özel Finans Kurumu'dur.

-İlk yerli sermayeyle kurulan faizsiz özel finans kurumları 1991'de Anadolu Finans Kurumu, 1995'te İhlas Finans Kurumu ve 1996'da Asya Özel Finans Kurumudur.

1990'ların sonlarına doğru ülkemizde faizsiz olarak kurulan ve faaliyete geçen 6 tane 'Özel finans kurumu' bulunmaktaydı. Bu kurumlardan ilk üç tanesi Arap ve Körfez sermaye ağırlıklı, sonrakiler yerli sermayelidir.

-2001 yılının Şubat ayında çıkan finansal krizle İhlas Finans Kurumu mali başarısızlık yaşamış ve BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu) tarafından tasfiyeye uğramıştır. Buna benzer durumlar diğer kurumlar tarafından da yaşanmıştır. 1999'da başlayarak 2001 yılında tekrar edilen 'krizler dönemi' birçok bankayı zora sokmuş ve BDDK tarafından el konularak çoğu tasfiye edilmiştir. Yaşananlar, finansal sistemin 'yeniden yapılanma' ihtiyacını doğurmuş ve finansal alanla banka alanında radikal düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır. Bu süreçte 'Özel Finans Kurumları' çıkarılan tebliğ ve düzenlemelerle alt yapısı güçlendirilmiştir.

2.4. Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları

2.4.1. Albaraka Türk Katılım Bankası

2.4.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası

2.4.3. Türkiye Finans Katılım Bankası

2.4.4. Ziraat Katılım Bankası

2.4.5. Vakıf Katılım Bankası

Türkiye’de faizsiz bankacılığın temeli 1975 yılında atılmıştır. 1975’te Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası kurulmuştur. Banka, daha çok yurt dışındaki işçilerin ellerindeki tasarruflarını değerlendirmek ve sanayileşme de finansman sağlamak amacıyla kurulmuştur. Banka, 1975-1977 yılları arasında faizsiz çalışmış olmasına rağmen, 1978’te yönetim kurulunun aldığı karar ile faizli sisteme geçmiştir. 1975’te İslam Kalkınma Bankası’nın (İKB) kurucu üyesi olarak yer alan Türkiye, 1984’te sermaye payını arttırmış ve bankanın önemli ortaklarından biri olmuştur. Yönetim kurulunda da devamlı olarak temsilci bulundurma hakkı kazanmıştır (Güneş 2015:15).

1980 yılı sonrası liberal ekonomiyi benimseyerek dışa açık ekonomi uygulayan Türkiye, Ortadoğu’dan Türkiye’ye sermaye girişi sağlayabilmek ve yatırımcıların tasarruflarını değerlendirebilmek için finansal hizmet veren kurumların kurulmasına yönelik adımlar atmışlardır (Karagülle 1993:50). Resmi Gazete’de 19 Aralık 1983 tarih ve 18256 mükerrer sayıda, Bakanlar Kurulu 83/7506 sayılı karar ile Türkiye’de ‘Özel Finans Kurumları’nın kurulması için karar çıkarmıştır. Bu yeni sistem ile petrol üreticisi olan İslam ülkeleri birikmiş döviz rezervlerinin bir kısmını, ilgili ülkeler ile yaptıkları anlaşmalar doğrultusunda kullanılabilmeleri mümkün olabilmektedir. Batı dünyasında ekonomik sistem içinde Petro-Dolarların, bankacılık ve sair mali kuruluşlarda, sistemin temeli olan faiz düzeniyle kullanılabilenlerin dışında, yalnızca kar ve zarar olarak kullanma arzusu bulunan belli bir miktar mevcuttur. Batı dünyasında finans sistemi

içerisinde yer edinemeyen çevreler, ellerindeki fonları faizsiz bir sistemle ‘Kar/Zarar’ kavramlarına dayanılarak işletilebilmesi imkanını elde etmişlerdir (Güneş 2015:15).

İslam ülkelerinde faizsiz bankalar yaygınlaşmıştır. Türkiye’de de Özel Finans Kurumları kurulmaya başlamıştır. 1984’te Faisal Finans Kurumu A.Ş. ve Al Baraka Türk Özel Finans Kurumu A.Ş., 1988’de Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu A.Ş., 1991’de Anadolu Finans Kurumu A.Ş., 1995’te İhlas Finans Kurumu A.Ş. ve 1996’da Asya Finans Kurumu A.Ş. kurulmuştur (Ekren ve Emiral 2002:6-27).

2000 yılı Kasım ayı ve 2001 yılı Şubat ayında yaşanan krizlerin ardından, İhlas Finans Kurumu hukuken Fon’a devredilmiştir ve işlem yapabilme yetkisi kaldırılmıştır. Faisal Finans Kurumu 2001 yılında el değiştirmiştir. Faisal Finans Kurumu isim değişikliği yaparak Family Finans ismini almıştır. 31 Aralık 2005’te Family Finans ve Anadolu Finans birleşerek Türkiye Finans Katılım bankası ismini almıştır. Resmi Gazetede 01.11.2005 tarihinde 25983 mükerrer sayılı nüshasında yayımlanan 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile Özel Finans Kurumları’nın adı ‘Katılım Bankaları’ olarak değişmiştir (Güneş 2015:16).

2.4.1. Albaraka Türk Katılım Bankası

Türkiye’de faizsiz bankacılıkta ilk ve öncü olan Albaraka Türk Katılım Bankası 1984’te kurulmuştur. Faaliyetine aktif olarak 1985 yılında başlamıştır. Faaliyetlerini 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’na uygun şekilde devam ettirmektedir. Ortadoğu’nun güçlü sermaye grubu olan Albaraka Bankacılık Grubu (ABG), İslam Kalkınma Bankası (IDB) ile Türk ekonomisine yarım yüzyıldan fazla hizmet vermektedir. Albaraka Türk’ün 31.12.2018 tarihi itibarıyla ortaklık yapısının içinde yabancı ortakların payı %65,99, yerli ortakların payı %8,77, halka açık olan pay ise %25,23’tür (<https://www.albaraka.com.tr/ortaklik-yapisi.aspx>, 18 Ekim 2018’de erişildi).

Tablo 2.1: Albaraka Türk Katılım Bankası Sermaye Dağılımı

31.12.2018 Tarihi İtibariyle Banka Sermaye Dağılımı		
Ortaklık Yapısı	Pay Tutarı (TL)	Oranı (%)
Yabancı Ortaklık	593,952,934.31	65,99%
- Albaraka Bankacılık Grubu	486.523.265,68	54,06%
- İslam Kalkınma Bankası	70.573.778,85	7,84%
- Alharthy Ailesi	31.106.364,35	3,46%
- Diğer	5.749.525,43	0,64%
Yerli Ortaklar	78,932,964.72	8,77%
Halka Açık	227,114,100.97	25,23%
Toplam	900.000.000	100

Son durum itibariyle sermayeye dolaylı şekilde sahip olan Saleh Abdullah Kamel'in Sermayedeki Payı %31,80'dir (<https://www.albaraka.com.tr/ortaklik-yapisi.aspx>, 11 Mart 2019'da erişildi).

2.4.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası

Kuveyt Türk'ün temeli 1989 yılında Kuveyt merkezli olan Kuwait Finance House'un Türkiye pazarına girmesi ile atılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) 28 Şubat 1989 tarihli izni ile 'Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu A.Ş.' ismiyle, 31 Mart 1989'da Özel Finans Kurumu statüsünde faaliyetine başlamıştır. 1999 yılından günümüze diğer özel finans kurumlarıyla beraber 4389 sayılı Bankacılık Kanunu'na tabi olarak hizmet vermeye başlamıştır. 2006 yılında şu anki adı olan Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. ismini almıştır (<https://www.kuveytturk.com.tr/hakkimizda/kuveyt-turk-hakkinda/gecmisten-bugune-kuveyt-turk>, 11 Mart 2019'da erişildi).

Banka'nın ortaklık yapısı ise şöyledir; %62,24'ü Kuveyt Finans Kurumu'na, %18,72'si Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne, %9'u Kuveyt Devlet Sosyal Güvenlik Kuruluşu'na, %9'u İslam Kalkınma Bankası'na, %1,04'ü ise diğer gerçek ve tüzel kişilere aittir. En büyük ortaklığa sahip olan Kuveyt Finans Kurumu (Kuwait Finance House-KFH), fonun büyüklüğü ve etkin hizmet ağı sayesinde Banka'nın istikrarlı gelişiminin teminatı konumundadır (<https://www.kuveytturk.com.tr/hakkimizda/kuveyt-turk-hakkinda/gecmisten-bugune-kuveyt-turk>, 11 Mart 2019'da erişildi).

2.4.3. Türkiye Finans Katılım Bankası

Türkiye Finans Katılım Bankası %100 yerli sermayesi ile kurulan ilk özel finans kurumudur. 1991’de kurulan Anadolu Finans ile 1985-2001 yılları arasında Faisal Finans Kurumu ismi altında katılım bankacılığı hizmeti veren Family Finans’ın 2005’de güçlerini birleştirmesi ile kurulmuştur. 2008’de The National Commercial Bank (NCB) tarafından çoğu hissesi satın alınan Türkiye Finans Katılım Bankası, bu tarihten itibaren değişime girmiştir. Suudi Arabistan’ın en büyük ve ilk bankası olan The National Commercial Bank (NCB) %67,03 hissesi ile Türkiye Finans Katılım Bankası’na hakim olan katılım bankalarının öncülerindedir. Türkiye Finans Katılım Bankası 1953’ten günümüze kadar faaliyetini sürdüren NCB’nin tecrübe ve bilgi birikimini Türkiye’ye taşıyarak Türkiye’nin Finansı sloganıyla müşterilerine bankacılık hizmeti vermeye devam etmektedir (<https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri/sayfalar/ortaklik-yapisi.aspx>, 12 Mart 2019’da erişildi).

Tablo 2.2: Türkiye Finans Katılım Bankası Ortaklık Tablosu

Ortaklık Yapısı Tablosu		
Adı Soyadı/Ticaret Unvanı	Pay Tutarı (TL)	Pay Oranları (%)
The National Commercial Bank (NCB)	1.742.676.447	67,03
Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş.	274.838.187	10,57
Diğer Ortaklar	582.485.366	22,40
TOPLAM	2.600.000.000	100,00

(<https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri/sayfalar/ortaklik-yapisi.aspx>, 12 Mart 2019’da erişildi)

2.4.4. Ziraat Katılım Bankası

Ziraat Katılım Bankasının tamamı, T.C. Hazinesi tarafından ödenmiş 675.000.000 TL sermaye ile Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu’nun 15.10.2014 tarihinde ve 29146 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 10.10.2014 tarihli ve 6046 sayılı izni ile kurulmuştur. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu 14.05.2015 tarihi ve 29355 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 12.05.2015 tarihi 6302 sayılı kararı ile faaliyet iznini almıştır. 2018 yılında yapılan Olağanüstü Genel Kurul Toplantısı’nda aldıkları karara göre sermayesini 1.750.000.000 TL’ye yükseltmişlerdir (<http://www.ziraatkatilim.com.tr/bankamiz/Sayfalar/hakkimizda.aspx>, 12 Mart 2019’da erişildi).

2.4.5. Vakıf Katılım Bankası

Vakıf Katılım Bankası A.Ş. , BDDK'nın 03.03.2015 tarihli ve 29284 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan, 27.02.2015 tarihli 6205 sayılı kuruluş izni ile 25.06.2015 tarihinde anonim şirket olarak kurulmuştur. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'ndan faaliyet iznini 17.02.2016 tarihinde almıştır. Sermayesinin tamamı T.C. Başbakanlık Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne, Bayezid Han-ı Sani (II.Bayezid) Vakfı'na, Mahmut Han-ı Evvel Bin Mustafa Han (I.Mahmut) Vakfı'na, Mahmut Han-ı Sani Bin Abdulhamit Han Evvel (II.Mahmut) Vakfı'na ve Murat Paşa Bin Abdusselam (Murat Paşa) Vakfı'na aittir. Ödenmiş sermayesi ise 1.020.000.000 TL'dir (<https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/hakkimizda>, 13 Mart 2019'da erişildi).

2.5. Katılım Bankası Kurulmasının Nedenleri

2.5.1. Dini Nedenler

Faizin, hem teori olarak hem de uygulama olarak binlerce yıl öncesine dayanan bir geçmişi bulunmaktadır. Faiz konusu, Hristiyanlık ve İslamiyet öncesinde dahi insanların ilgisini çekmiş ve eski Yunan düşünürlerden Aristo ve Eflatun gibi bir çok filozof veyahut devlet adamı faizin ne olduğu ile ilgili kafa yormuş ve faizin insan yaşamındaki yerini ve etkisini açıklayan görüşler öne sürmüştür (Orman 1992:91).

Eflatun, faizi ahlaken aykırı bulmuş ve reddetmiştir. Eflatuna göre para bir servet değildir, servet edinme aracı olmalıdır. Aynı zamanda faiz, gelir dağılımında dengesizliğe neden olduğu ve yoksulluğun artmasına zemin hazırladığı için uygulamadan kaldırılmalıdır (Karakuş 2006:11).

Aristo ise hocası Eflatun'a göre daha farklı düşüncelere sahipti. Aristo, faiz ile zengin olmayı uygun bulmamış ve paranın hasıla yaratmayacağını savunmuştur. Aynı zamanda paranın bir kazanç yolu ya da servet edinme aracı olamayacağını söylemiştir. Aristo parayı, yumurtlamayan kısır tavuğa benzeterek 'para yavrulamaz' demiştir. Bu

özelliğiyle bir insandan, bitkiden ya da hayvandan çok farklı bir şeydir (Orman 1992:95).

Orta Çağ'a geldiğimizde kilisedeki yoğun baskı nedeniyle ilk zamanlar faize karşı çıkmıştır. İlerleyen zamanlarda yaşanan iktisadi faaliyetlerdeki gelişmelerle bu yasak delinmiştir (Dikkaya ve Kutval 2014:30).

Faiz konusunda ilk olarak esnek yorumlar yapan kişiler de olmuştur. Bunlardan biri 'Saint Thomas Aquinos'dur. İlerleyen dönemlerde reformist din adamı olarak bilinen 'Calvin' üretim açısından faizi meşru görmüştür. Protestanlık mezhebinin ortaya çıkmasıyla faizin her alanına onay verilmiştir. Semavi dinlerin çoğunda faiz yasaklanmıştır. Ancak, ilerleyen zamanlarda faizle ilgili farklı tanımlamalar yapılarak faiz meşrulaştırılmaya başlanmıştır. Daha çok Hristiyanlık ve Yahudilik dininde faize karşı değişim görülmüştür. Faize karşı tutumunu kaybetmeyen tek din İslamiyettir (Dikkaya ve Kutval 2014:31).

2.5.2. Ekonomik Nedenler

İslam ülkeleri, dünyada gelişmekte olan ülkeler arasında yer alır. Arap ülkelerinde bulunan petrol kaynakları bu ülkelere büyük gelir sağlamaktadır. 1970 yıllarının başında OPEC ülkeleri aldıkları karar doğrultusunda petrole zam yapmışlardır. Bunun sonucunda petrol zengini olan ülkeler daha da zenginleşerek gelirlerini yüksek seviyelere çıkarmışlardır. Gelirlerini ekonomik kalkınmaları açısından gereği gibi kullanamamış petrol zengini ülkeler, paralarının bir miktarını Batı kaynaklarına yatırmışlardır. Diğer yandan da fakir İslam ülkelerinin kalkınabilmelerine yardımcı olmak ve karşılıklı işbirliği içerisinde girmek istemişlerdir (Özsoy 1997:98).

Faizsiz bankacılığın ortaya çıkmasında etkili olan ekonomik nedenlere, petrol gelirleri dışında iki neden daha eklenebilir. Bunlar (Dikkaya ve Kutval 2014:28-29);

-Günümüzde bulunan ticari bankalar, kalkınma hedefi için uzun vadeli yatırım kredisi yerine ticari amaçlı kısa vadeli kredileri tercih etmekte, bu da gelişmekte olan ülkelerin kalkınmasına engel oluşturmaktadır. Faizsiz

bankalar, kalkınma hedefi için yatırım projeleri finanse edip geliştirmekte olan ülkelerin herhangi bir eksikliğini giderilebilmektedir.

-Klasik bankalar, ticaret ve sanayi ortakları olmadıkları için, ilk olarak kendi çıkarını düşünür ve kredi verdikleri firmaların verimli mi verimsiz mi çalıştıklarını denetlemezler. Bu da ülke ekonomisine zarar verir. Diğer yandan, faizsiz bankalar ise, fonları daha çok ortaklık esasına göre kullandıracaklarından, ülke ekonomisinin çıkarlarını göz önünde tutmak ve fon kullanımını denetlemek mecburiyetindedirler.

2.5.3. Politik Nedenler

Faizsiz bankacılık uygulaması bazı zamanlarda politik nedenlere de dayanabilmektedir. Buna örnek olarak Pakistan ve İran örnek gösterilebilir. Bu ülkelerde hem sosyal adalet hem de dini kurallara bakılarak İslami bankacılık zorunlu hale gelmiştir (Dikkaya ve Kutval 2014: 29).

Uluslararası güç ve faktörler açısından İslam ülkeleri büyümeyi ve kalkınmayı sağlayarak ülkeler arası politik alanda güç sahibi olabilmek için faizsiz bankacılığın avantajlarını kullanmaya çalışmışlardır. İslam Kalkınma Bankası'nın kuruluş amaçlarından bir tanesi İslam ülkeleri arasında işbirliğini, ekonomik etkinliği arttırmak ve uluslararası düzeyde politik bir güce sahip olmaktır (Eskici 2007: 14).

2.6. Katılım Bankacılığının Hukuki Yapısı

Katılım Bankaları'nda kuruluş ve faaliyetler 19 Aralık 1999 yılına kadar 16 Aralık 1983 tarihli ve 83/7506 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile düzenlenmiştir. 1999 yılından itibaren 4491 sayılı Kanun ile Katılım Bankaları (eski adıyla Özel Finans Kurumları) 4389 Sayılı Bankalar Yasası'na tabi tutulmuşlardır. Bu yasaya tabi olunmasıyla Bankalar Kanunu'nda değişiklik yapan 12 Mayıs 2001 tarih ve 4672 sayılı Kanun ile Katılım Bankaları katılım hesapları ve cari hesaplarda toplanan tasarrufların güvence altına alınması amacı ile, Özel Finans Kurumları Birliği ve bünyesinde, bu

birlik tarafından hazırlanıp yürürlüğe giren Yönetmelik dahilinde idare olunmak üzere 'Güvence Fonu' oluşturulmuştur. 18.09.2002 tarihinde ve 24880 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanıp yürürlüğe girmiştir (Battal 2004:233).

5411 sayılı kanuna göre ise, katılma hesapları ve özel cari hesaplar yolu ile fon toplamak ve kredi kullandırmak ele alınarak faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurt dışında bulunan bu nitelikteki kuruluşların Türkiye'de şubelerinin 'Katılım Bankası' ibaresi ile kapsamı altına alındığı ifade edilerek 'Özel Finans Kurumu' ismi kaldırılmış ve bunun yerine 'Katılım Bankası' tanımı uygulamaya konulmuştur (Kaya 2013:23).

Kanunun geçici 3.maddesinde öngörülen Özel Finans Kurumları'nın ticaret ünvanları 'Katılım Bankası' ibaresini kapsayacak şekilde değiştirilmiştir. Aynı kanunun 169.maddesi'nde; diğer kanunlarda ve mülga 3182 sayılı Bankalar Kanunu ve bu Kanunla yürürlükten kaldırılan 4389 Sayılı Bankalar Kanunu'nda özel finans kurumlarına yapılmış olan atıflar, Katılım bankalarına yapılmış sayılır denilmiştir (Kaya 2013: 23).

4672 sayılı kanunla Özel Finans Kurumları Birliği bünyesinde oluşturulmuş olan 'Güvence Fonu' da 5411 sayılı Kanunla Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilmiştir. Geçen 25 yıllık zamanda hukuki ve yapısal açıdan önemli gelişmeler yaşayan katılım bankaları ulaşmış olduğu son durumu ifade edebilmek için 1983-1999 yılları arasındaki hukuki durum, 1999-2005 yılları arasında yaşanan değişiklikler ve 2005 sonrasında 5411 sayılı kanunla yapılan düzenlemelerin ne tür değişiklikler içerdiği 3 ayrı şekilde ele alınmıştır (Ustaoglu 2014: 29).

1983-1999 döneminde, 1999-2005 döneminde ve 2005 yılı ve sonrası dönemde oluşan hukuki yapılar olarak ele alınmıştır.

2.7. Katılım Bankalarının Güçlü Yönleri

- a) *Felsefesi*
- b) *Toplanan Fonların Niteliği*
- c) *Erken Kredi Çağırma ve Fiyat Değişikliği Olmamasının Sistemi Koruması*
- d) *Krizlere Karşı Dayanıklılık*
- e) *Kobi Tecrübesi*

Katılım bankalarının güçlü yönleri aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır (Tunç 2016:239-240-241);

a)Felsefesi

Katılım bankaları, felsefi olarak İslami düşünceye dayanır. Çalışanlar, müşteriler ve hissedarlar arasında dengeyi sağlayabilmek esastır. Demokratik bir ortamda daha samimi insan ilişkileri kurabilmektedirler. Müşteri ve çalışan arasında bağlılık yüksektir. Müşteri ile üzüntüsü ve sevincini yaşayarak büyüyen kurumlardır.

b)Toplanan Fonların Niteliği

Katılma hesapları bu bankaların öz kaynağı niteliğindedir. Oluşan kar ve zararı müşterileri ile paylaşarak bu bankaları mali bünye açısından koruyan bir mekanizmaya sahiptirler. Hesap sahibi kimselere ödenmesi gereken bir getiri yoktur. Faaliyet zararlarının tamamıyla bankaya kalması riski bulunmamaktadır.

c)Erken Kredi Çağırma ve Fiyat Değişikliği Olmamasının Sistemi Koruması

Katılım bankaları, müşterilerine kullandırdığı fonu işlem yapıldığı zaman anlaştıkları fiyat üzerinden herhangi bir değişiklik yapmazlar. Kullandırılan fonu vadesinden önce geri çağırılmazlar. Bu durum hem banka hem de müşteriler açısından önemlidir. Aksi takdirde hem banka hem de müşteriler sıkıntıya düşeceklerdir.

d) Krizlere Karşı Dayanıklılık

Katılım bankalara bazı risklere karşı korunmuştur. Katılım bankaları kur ve faiz riskinden uzaktır. Bu da döviz kuru ve faiz oranında aşırı hareketlilik olduğu durumlarda kurumları olası doğabilecek büyük zararlardan korumaktadır.

Katılım bankaları fonları reel ekonomik faaliyetlere aktarılması ve çoğunlukla taksitler halinde tahsilatını gerçekleştirilmesiyle alacakların güvenliğini ve akışkanlığını sağlamaktadır. Firma ve alacak takibi de kolaylaşmaktadır. Böylece aktiflerin kalitesi de artmaktadır (TKBB 2009: 35).

Kaynakların neredeyse tamamına yakını reel sektöre kullanılmaktadır. Bu sebepten dolayı, kullanılan fonların yasal karşılık ve likidite için gereken tutar ayrıldıktan sonra kalanı da sanayi, ticaret, ihracat ve ithalat faaliyetlerine aktarılmaktadır. Toplanan fonlar %90 oranında krediye dönüşebilmektedir. Bu oran genellikle aynı seviyededir. Reel bir faaliyetin finanse edilmesi, kredi müşterilerine ödeme kolaylığı sağlamaktadır. Çünkü, kullanılan fonun karşılığı ekonomik değeri olan bir mal ya da yatırım olmaktadır.

e)Kobi Tecrübesi

Katılım bankalarının önemli güçlerinden biri de KOBİ diye bilinen Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerle olan yakın ilişkileridir. Ülkemizde uzun yıllar klasik bankaların topladığı fonların sadece %30-40'lık kısmı krediye dönüşmüştür. Geriye kalan fonlar ise, hazine bonosu, devlet tahvili, gecelik repo işlemleri gibi reel ekonomi dışındaki alanlarda değerlendirilmiştir. 30 yıllık zamanda ülkemiz iyi zamanlarında da kriz zamanlarında da katılım bankaları ve KOBİ'ler ile birlikte hareket ederek ayakta kalabilmiştir.

2.8. Katılım Bankacılığının Özellikleri

- a) Banka niteliğine sahip olması
- b) Faizsiz bankacılık faaliyeti yapması
- c) Güven kurumu niteliğine sahip olması
- d) Aracı kurum niteliğine sahip olması

a) Banka niteliğine sahip olması

2005 yılında çıkartılan 5411 sayılı kanun ile bankacılık türlerinden biri olmuştur. Katılım bankası dışında iki banka türü daha vardır. Mevduat Bankaları ve Kalkınma ve

Yatırım Bankası da Katılım Bankası dışındaki diğer iki banka türüdür. Katılım bankalarının kurulup faaliyete geçmesi, BDDK kararı ile olmaktadır. Kurumların kuruluş aşamasında ilgili yerlerin teknik ve idari incelemesinden geçer. Daha sonra ise bankacılık mevzuatı ve faizsiz bankacılık ilkelerine uygunluk açısından sürekli olarak yerinde ve uzaktan denetim yolu ile denetimden geçer (Doğan 2013:10).

b) Faizsiz bankacılık faaliyeti yapması

İslam'a göre para, bir mübadele aracı ve kıymet ölçüsüdür. Fakat kendiliğinden artmaz ve gelir getirmez. Piyasa şartlarında elde olmayan dalgalanmalar hariç paranın değerinin değişmemesi ve değerini koruması gerekir (Uslu 2005:14). Para bir ölçüdür. Borç verilerek ya da alım satım yoluyla gelir getirmesi uygun görülmez. Ticari ürünlerde alım satım üzerinden elde edilen gelir de kar olarak adlandırılır. Katılım bankaları faizsiz bankacılık esasına dayalı işlem yapmakta ve kar payını esas almaktadır (Doğan 2013:10).

c) Güven kurumu niteliğinde olması

Katılım bankaları, kar ve zarara katılma prensibine dayalı olarak bankacılık sistemi uygulamaktadır. Katılım bankalarında kar elde edileceğinin garantisi yoktur. Toplanan paraların güvenli ve basiretli olarak işletilmesine dair güven ve sorumluluk vardır. Katılım bankaları ticari açıdan güven kurumu olarak kabul edilir (Tok 2006:27).

Katılım bankaları 5411 sayılı kanuna tabi olarak devlet güvencesine dayalı kanunu yükümlülüklerin üstlenilmesi katılım bankalarına olan güveni artırmıştır.

d) Aracı kurum niteliğine sahip olması

İnsanların bir kısmı dini inanışlarından dolayı faizle işlem yapmamaktadır ve ellerindeki fonlar da atıl kalmaktadır. Katılım bankaları, mevduat bankalarına gitmeyen fonları ekonomiye kazandırmak ve tasarruf sahiplerine ait fonları da güvenle saklayıp değerlendirmelerine yardımcı olmak amacı güder (Doğan 2013:11).

Katılım bankaları kar ve zarara katılma esasına dayalı olarak çalışır. Ekonomide yaşanan ekonomik ve mali krizden daha az etkilenir (Akyüz 2008).

2.9. Katılım Bankasının Faaliyetleri

2.9.1. Katılım Bankaları Fon Toplama Faaliyetleri

Katılım bankaları, diğer bankalara göre fonları ‘Kar ve Zarara Katılma’ ilkesi kapsamında iki yöntemle toplamaktadırlar. Bunlar;

2.9.1.1. Cari Hesaplar,

2.9.1.2. Katılma Hesapları’ dır.

2.9.1.1. Cari Hesaplar

Cari hesaplar, istenildiğinde çekilen ve bunun karşılığında hesap sahibine getiri ödemesi yapılmayan, anapara ödemesi taahhüt eden hesaplara denilir. Katılım bankalarındaki cari hesaplar klasik bankalarda vadesiz mevduat hesabına karşılık gelir. Katılım bankaları bu hesaplara herhangi bir bedel ödemez. Klasik bankalarda ise az da olsa faiz ödemesi yapılır (Karapınar 2003:33).

Özel cari hesaplar Türk Lirası, USD ve EURO üzerinden açılabilir. Hesabın açılabilmesi için herhangi bir alt sınıra gerek yoktur. Katılım bankaları, açılan cari hesaplarda biriken fonun tamamını kullanamazlar. Merkez Bankası’nın belirlediği zorunlu karşılık oranını toplanan fonlar üzerinden ayırmaları gerekmektedir (Türkmenoğlu 2007:47).

2.9.1.2. Katılma Hesapları

Genellikle 1 ay, 3 ay, 6 ay ve 1 yıl ve üzeri vadeli olarak Türk Lirası, USD ve EURO üzerinden açılabilir. Havuz sisteminde her para birimi paranın cinsine göre gruplandırılmaktadır. Her grupta kar/zarar tutarı tasarrufun vade tarihinden hesaplanır. Mudarib hissesi olarak kar/zararın %20 veya %25’i bankaya kalır. Bu hisse vade ve hesabın büyüklüğüne göre belirlenmektedir. Geriye kalan %75 veya %80’i tasarruf hesabına ait olur. Her grubun kar/zararı vade günü hesaplanır. ‘Katılma Hesabı’ sahibi kişilere dağıtılan kar payı üzerinden %15 oranında Gelir vergisi stopajı yapılır.

'Katılma Hesabı' sahiplerine sabit bir gelir taahhüdünde bulunulmaz. Hesabından vadesinde para çekebilir. Eğer kurum muvafakat ederse vadesinden önce para çekme sağlanabilir. Katılma Hesabı adı altından toplanan fonlar, faizsiz finansman yöntemiyle doğrudan ticaret ve sanayi finansmanlarında kullanılırlar. Elde edilen karın bu hesaplara karşılık gelen kısmı ise hesap sahibi kişilere dağıtılır. Kredilendirme sebebiyle ortaya çıkan risk, banka tarafından krediye fon sağlayan hesap sahiplerine aktarılır (Canbaz 2014:217).

Faizsiz bankacılık, hesap sahiplerine getiri garantisi vermemekle beraber oluşabilecek zarara da katılma ilkesi gereği üzerine kurulmuştur. Katılma hesapları diğer bankalarda da olduğu gibi Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) kapsamında sigorta altına alınmıştır. Buna göre (http://www.tmsf.org.tr/index.cfm?fuseaction=public.dsp_menu_content&menu_id=5#2, 10 Eylül tarihinde erişildi);

- ''Türkiye'de faaliyet gösteren bir kredi kuruluşunun yurt içi şubelerinde gerçek kişilerin adına açılmış ve münhasıran çek keşide edilmesi dışında ticari işlemlere konu olmayan Türk Lirası, döviz ve kıymetli maden cinsinden;
- Tasarruf mevduatı hesabının anaparaları ile bu hesapların faiz reeskontları toplamının,
- Katılma hesaplarının birim hesap değerleri ve özel cari hesapların, 100 bin TL'ye (yüzbin TL) kadar olan kısmı, sigorta kapsamında yer alır''.

Bu konuyla ilgili temel düzenleme, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından 28 Mayıs 2011 tarihinde çıkarılan yönetmelikte yer almaktadır.

2.9.2. Çeşitli Bankacılık İşlemleri

- Katılım bankaları'nın sunduğu diğer hizmetler şu şekildedir (Canbaz 2014:223);
- Türk Lirası ve döviz ile yurtiçine ve yurtdışına her şekilde transfer işlemi ve havale işlemi gerçekleştirmek,
 - Döviz alım satımı yapmak ve faizsiz döviz işlemleri yapmak,
 - Teminat mektubu vermek (gayrinakdi kredilendirme),

- Kambiyo işlemleri yapmak,
- Cari hesapta çalışan müşterilere TL ve Döviz çeki kullandırmak,
- İthalat ve ihracat işlemlerinde aracılık hizmeti vermek,
- Bireysel kredi vermek (Gayrimenkul, taşıt vb.),
- POS hizmeti ve kredi kartı hizmeti vermek,
- Türk iş adamlarının ve sanayicilerin finansman ihtiyacını karşılayabilmek için

Türkiye dışından faizsiz fon temin edip değerlendirmek,

- Yatırım, yönetim, mali ve teknik konularda müşavirlik hizmeti vermek,
- ATM kurmak,
- Kiralık kasa hizmeti vermek,
- Call Center hizmeti vermek.

2.9.3. Katılım Bankaları Fon Kullandırma Faaliyetleri

2.9.3.1. Kurumsal Finansman Desteği

2.9.3.2. Finansal Kiralama-Leasing

2.9.3.3. Kar-Zarar Ortaklığı

2.9.3.4. Proje Finansmanı

2.9.3.5. Karz-ı Hasen

2.9.3.6. Bireysel Finansman Desteği

2.9.3.1. Kurumsal Finansman Desteği

Kurumsal finansman desteği, uygulaması kolay bir yöntemdir. Katılım bankacılığındaki ismi murabahadır. Katılım bankası ve fon kullanıcısının arasında akdedilen sözleşme gereğince, ihtiyaç duyulan her türlü mal(emtia), gayrimenkul ve hizmet bedelinin fon kullanıcısı adına satıcıya ödenerek bunun karşılığında fon kullanan gerçek ya da tüzel kişilerin borçlandırılmasıdır (Tunç 2016:221).

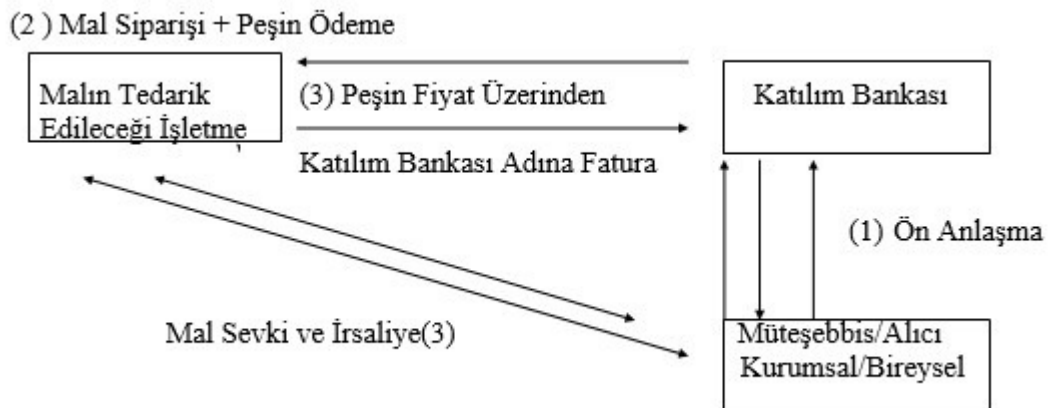
Murabaha; İslami bir satış yöntemi olan murabaha ‘artış, çoğalma’ anlamına gelen ‘r-b-h’den türemiştir. Murabaha’nın Türkçe anlamı ‘karlı satış’tır. Sanayi, ticaret

ve hizmet işletmeleri faaliyetlerini sürdürebilmek için ihtiyaç duydukları hammadde, yarı mamül, mamül, makine, teçhizat vb. elle tutulup gözle görülen malların üçüncü şahıslardan peşin olarak satın alınıp, başvuran müşterilere de vadeli olarak satılmasıdır. Literatüre göre, Kuruma maliyet fiyatı üzerinden alıcı ile anlaştıkları oranda kar ilave ederek satılmasıdır. Bu işlemde, satın alınan mal ya da materyal, peşin fiyatı, kalitesi ve satıcı işletme gibi önemli ayrıntılar müşteri/fon kullanıcısı tarafından belirlenebilir. Talep edilen malın teslimat işlemi yapıldıktan sonra, mutabık kalınan para cinsine ve vadeye uygun olarak karın ilave edildiği fatura düzenlenerek müşteri borçlandırılır. Bankanın satın alma ve satma akdini, sözleşme serbestisi içinde aynı anda tamamlaması gerekir (Ustaoğlu 2014:49).

Murabaha'nın Türkçe'deki karşılığı 'karlı satış'tır. Finansman kurumu, bir malı satın alıp üzerine de belli oranda kar payı ekleyerek müşteriye vadeli olarak satar. Bu kredilendirme 'ticaret yöntemi' olarak da tanımlanabilir. Bu finansal ve ticari işlemde (Canbaz 2016:192);

- Mal fiziken var olmalı,
- Katılım Bankası malı satın alıp daha sonra alıcıya satmalıdır.

Vadeli olarak satılan mal bedelini tahsil etme bir defada ya da taksitler halinde gerçekleştirilebilir. Katılım bankası, tahsilatını güven altına alabilmek için gerektiğinde diğer klasik bankaların yaptığı gibi müşteriden teminat talebinde bulunabilir. Murabaha işleminde, işlem akışı şu şekildedir;



Şekil 2.1: Murabaha (Üretim Desteği) İşleminin Yapılışı

Buradaki işlem akışı şöyledir (Canbaz, 2016:192-193);

- 1-Fon kullanma talebinde bulunan müşteriyle Katılım Bankası ilk olarak ‘Ön Sözleşme’ yaparlar.
- 2-Daha sonra, Banka tarafından mal siparişi ile peşin ödeme yapılır.
- 3-Bu aşamada satıcı, işletme mallarının irsaliyesi ile beraber müşteriye sevk eder ve peşin fiyat üzerinden Banka adına düzenlediği faturayı da Bankaya gönderir.
- 4-Son aşamada ise Banka, peşin olarak aldığı mal bedeline kar payı ilave eder ve müşteri adına fatura hazırlar.

Murabaha, fonksiyon olarak klasik bankalardaki kredi yerine geçmektedir. Fakat ikisi arasında önemli farklar bulunmaktadır. Bunlar (Canbaz 2013:12-13);

Tablo 2.3: Murabaha ve Kredinin Karşılaştırılması

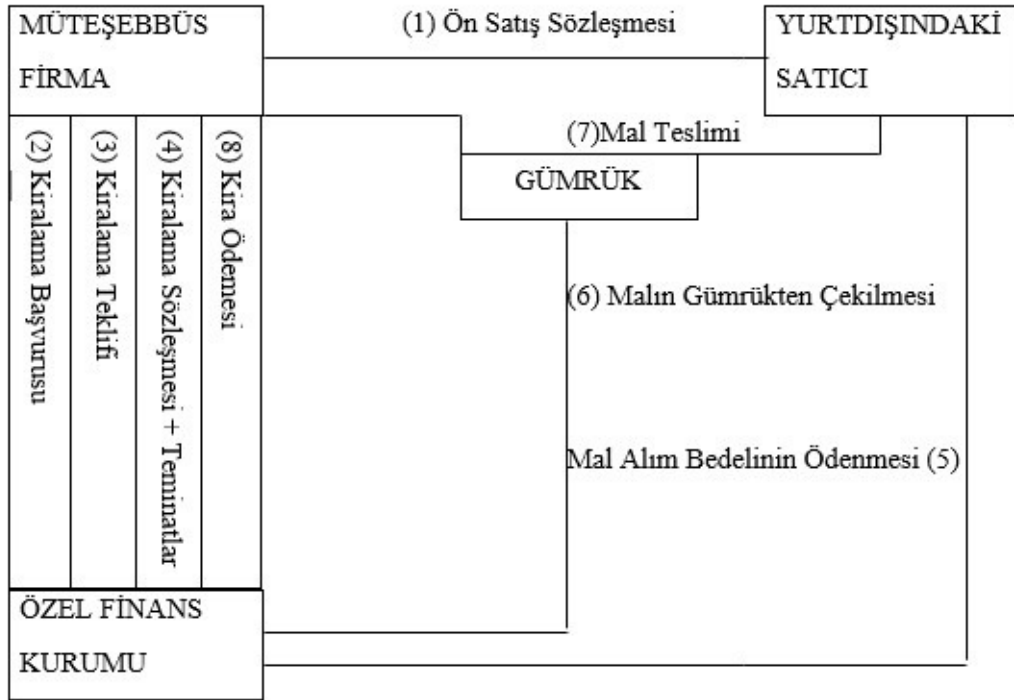
Murabaha	Kredi
Murabahada üç taraf bulunmaktadır.	Kredide iki taraf bulunur.
Gerçek bir finansman sağlar. Diğer bir ifadeyle üretim faktörüdür.	Tamamen ödünç vermedir.
Bir üretim faktörü karşılığında finansman sağlandığından Murabaha'nın genel ekonomide reel karşılığı oluşur. Dolayısıyla, Murabaha daha rasyoneldir.	Kredide ise böyle bir nitelik yoktur. Murabaha'dan daha risklidir.
Murabaha'nın karşılığında 'karpayı' vardır.	Kredinin karşılığında 'faiz' vardır.

Türkiye’de Katılım Bankaları genellikle bu yöntemi kullanır. Faaliyete başladıkları 1985’ten bu yana fonlarının %90’lardan fazlasını Eylül ayı 2009 yılı sonu ise %98’lik kısmını bu yöntemle kullanırmıştır. Bu yöntem ile mamüllerin maliyetlerinin kontrol edilebilmesi ve daha kolay bir şekilde hesaplanabilmesi, ihracat ve döviz taahhüdü olmaksızın dövize endeksli borçlanılabilmesi, kaynak maliyetinin azaltılabilir olması bu yöntemin avantajlarından bazılarıdır (Canbaz 2016:193).

2.9.3.2. Finansal Kiralama-Leasing

Arapça karşılığı ‘İcare’dir. Finansal Kiralama, 1983 tarihli Özel Finans Kurumları’nın kuruluş Kararnamesi ile Türk Finansal Sistemine’ne girmiştir. Daha sonra, 1985’te çıkarılan 3326 sayılı Finansal Kiralama Kanunu ile daha güçlü bir hale gelmiştir. Eski zamanlardan bu yana Anadolu’da bilinen bu sistem ‘icare’ sisteminin

kurumsallaşmış şeklidir. Murabaha haricinde Katılım Bankaları tarafından kullanılan bir finansman sistemidir. Yöntem, yatırım malı mülkiyetinin finansal kiralama şirketine kalarak, belirlenen kira karşılığı kullanım hakkını kiracıya vererek sözleşmede belirlenen değer üzerinden kiracıya geçmesini sağlamaktadır. Yatırım mallarının satın alınması yerine, kiralanıp kullanılması sağlanıp işletme ve kurumların işletmenin sermayelerini diğer ihtiyaçların giderilmesinde kullanarak verimlilik ve karlılığın artması sağlanır. Diğer yandan, yatırım malı makine teçhizat kiralamasında Katma Değer Vergisi'nin %1 olması, yöntemin tercih edilmesinde diğer bir faktör olmuştur (Canbaz 2014:220).



Şekil 2.2: Finansal Kiralama İşleminin Yapılışı

Finansal kiralamanın müşterilere sağladığı avantajlar şu şekildedir (Canbaz 2014: 221);

-Var olan piyasa alternatiflerine göre daha uzun vadeli finansman imkanı sağlamaktadır.

-Diğer finansmanlara göre düşük maliyete sahiptir.

-Özvarlık ve borçlanma imkanı açısından sınırlı sayıda şirkette büyüme olanağı sağlar.

-Kira ödeme planı ve kira miktarları, kiralayan ile kiracının karşılıklı anlaşması ile kiracının ödeme gücü ve nakit akışı göz önünde tutularak tespiti yapılır.

-Kira ödemelerinin hepsi kar-zarar hesaplarında kiralama gideri olarak gösterilir.

-Kira ödemesinde ve mal alımında düşük KDV ödenir (Binek otolarda %25, Kamyon, otobüs vb. ticari araçlarda %8, Makine ve teçhizatta %1).

-Kiralama döneminin sonunda, kiralanan mal önceden belirledikleri bedel ile işletmeye satılabilir.

2.9.3.3. Kar-Zarar Ortaklığı

Katılım bankaları tarafından gerçek ve tüzel kişilerin tüm faaliyetleri ya da belirli faaliyetlerinden veya belirli miktarda malın alım satımında doğacak kar ve zarara katılmak üzere fon kullandırılmasıdır. Fon kullandırmada, fonu kullanacak gerçek ve tüzel kişilerin yönetmelikte bulunan örneğe uygun olarak “Kar-Zarar Ortaklığı Yatırım Sözleşmesi” düzenlenir. Fonu kullanan kişilerin kar ve zararına bankalar sözleşmede belirlenen orana göre katılır. Bankaların Kar-Zarar Ortaklığı Yatırım Sözleşmesi’nde kardan ve zarardan alacakları pay ve teminatlar açık olarak belirtilir. Sözleşmede, projenin karlılığından bağımsız olarak daha önce belirlenmiş miktarda karın garanti edilmesine yönelik maddelere yer verilemez (Çambel 2017:139).

a) Emek-Sermaye Ortaklığı (Mudarabe)

Faizsiz bankacılığa geçişin temeli olarak görülür. İslam’dan önce de görülen Mudarabe, Hz. Peygamber (S.A.V.)’in dedesi Haşim tarafından geliştirilmiştir ve İslamiyet ile birlikte devam etmiştir. Sermayedarların ve iş adamlarının çok sık başvurduğu bu kurum, faizsiz bankacılığında altyapısını oluşturmaktadır. Hz. Peygamber (S.A.V.), nübüvvetten önce Hz. Hatice ile evlenmeden önce ve evlendikten sonra onunla Mudarabe ortaklığı yapmıştır ve aylarca süren yolculuklara çıkmıştır. Mudarabe ortaklığını sahabelerden de birçok kimse uygulamıştır. Bu uygulayanlar arasında Hz. Peygamber’in amcası Hz. Abbas, Hz. Osman, Hakim b. Hizam gibi kişilerde bulunmaktadır. Yakın sahabilerden de, Hz. Ömer, oğlu Abdullah, Hz. Aişe ve

İbn Mesud, Zeyd İbn Halid gibi sahabiler bulunmaktadır (<http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/ilahiyat/article/viewFile/3056/2949>, 15 Haziran 2018'te erişildi).

Mudarabe yöntemi ile sermaye sahipleri sermayelerini, emek sahipleri de emeklerini koruması sonucu ortaya çıkan bir ortaklıktır. Bu işlemde sermaye başkasının emrine verilmektedir. Banka, mudarabe ile fon kullanan işletmelerin dikkatli davranmasını isteyip anaparanın geri gelebilmesi için teminat alabilir. Kar/Zarar ortaklığı için tahsis edilip ödenen fonun bir kısmı, işin sonuçlanması beklenmeden geri istenmesi mümkündür. Geri istenen kısım için ortaklık sona erer ve kalan kısmı için ise ortaklık devam edecektir (Canbaz 2014:222).

b) Sermaye-Sermaye Ortaklığı (Müşaraka)

Müşaraka; iki veya daha fazla kişinin belli bir sermaye ortaya koyarak, birlikte iş yapması ve oluşacak kar/zararı paylaşması ile kurulan ortaklığa denilir (<http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/ilahiyat/article/viewFile/3056/2949>, 15 Haziran 2018'te erişildi).

Müşaraka şeklindeki bu işlemin emek-sermaye ortaklığından farkı şöyledir (Canbaz 2014:222-223),

- Her iki tarafında sermaye ortaya koymaları,
- Ortaklık sonucu oluşan kar ya da zarar tarafların koydukları sermaye miktarları ile orantılı şekilde paylaşılması,
- Emeğini ortaya koyan ve işini kendi yürüten ortağa, belli bir ücret ödenmesi ve bu ücretin de kar/zarar ortaklığında masraf olarak mütalaa edilmesidir.

Katılım bankaları, Kar-Zarar Ortaklığıyla fonlarının çok az bir kısmını (%10 dan daha az) kullanılmaktadır.

2.9.3.4. Proje Finansmanı

Katılım bankaları, genellikle yurt dışından sağlanan fonlara aracılık edebilmek amacıyla müşterilere ihtiyaç duydukları uzun vadeli yatırım finansmanını

sağlamaktadır. Sağladıkları bu finansmana da proje finansmanı denilir. Murabaha sendikasyon kredisi, kullanılan önemli kaynaklardan biridir (Canbaz 2016:197).

2.9.3.5. Karz-ı Hasen

Faizsiz verilen borca denilmektedir. İhtiyacı olmayanlara verilme ihtimali düşük olduğundan ‘güzel’ karşılanmıştır. Katılım bankalarının ihtiyacı sahibi kimselere verecekleri Karz-ı Hasen temelde iki şekilde görülür (Canbaz 2014:223);

- Sosyal amaçlı verilen Karz-ı Hasen
- Üretim amaçlı verilen Karz-ı Hasen

2.9.3.6. Bireysel Finansman Desteği

Bireysel ihtiyaçlarda, alıcılar satıcılardan almış oldukları mal ve hizmet bedelini katılım bankası tarafından müşteri adına satıcıya ödeyerek fon kullanıcısını borçlandırma işlemidir (Ustaoglu 2014:50).

2.10. Bankacılıkta Kredi ve İşleyişi

2.10.1. Kredinin Kavramı ve Kredi Unsurları

2.10.2. Kredilerin Sınıflandırılması ve Yasal Çerçevesi

2.10.3. Kredi Riski

2.10.4. Bankalarda Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi

2.10.5. Kredi İstihbaratı ve Tahsisi

2.10.1. Kredinin Kavramı ve Kredi Unsurları

Kredi Kavramı

Kredi, elimizdeki parayla gelecek zamanda elimize geçecek paranın mübadelesidir. Başka bir deyişle, ödeme vaadiyle paranın değiştirilmesidir. Kredi,

günümüzdeki mallar ile gelecekteki malların değiştirilmesiyle sonuçlanır. Dolayısıyla kredi, elimizdeki mallar ile gelecekteki malların mübadelesi olarak düşünülebilir (Zarakolu 2003:51).

Farklı bir tanımda ise kredi, belli miktardaki satın alma gücünü belli bir zaman içerisinde iade etmek şartıyla bir bedel (faiz) karşılığı gerçek veya tüzel kişilerin emrine verilmesi şeklinde tanımlanır (Şakar 2007:2).

Kredi Unsurları

Kredi işleminin gerçekleşmesi için aşağıda yer alan unsurların gerçekleşmiş olması gerekir. Özellikle zaman, güven ve risk unsurları olmazsa olmazlardır. Aşağıda unsurlara açıklamalarıyla birlikte yer verilmiştir (Çayır 2015:24-25).

- Zaman: Yapılan kredi işlemlerinde, krediyi alan taraf belli bir süre sonrasında geri ödemesini yapmak zorundadır. Zaman ve risk unsurları doğru orantılıdır. Zaman uzadıkça risk de artmaktadır. Vade yoksa kredi işlemi yapılamaz. Kredi de süre çok önemlidir.
- Güven: Kredi, belirli süre sonrasında geri almak şartıyla verilir. Krediyi alan taraf ve krediyi veren taraf arasında güvenin olması önemlidir. Bankalar, kredi talep eden tüzel ya da gerçek kişiler hakkında çeşitli araştırmalarda bulunurlar. Müşterinin geri ödeme gücü, kredinin limiti, müşteri istihbaratı, talep edilen kredinin nerede ve ne amaç için kullanılacağı gibi. Bankaların yapmış olduğu araştırma olumlu çıkarsa kredi kullandırma işlemi gerçekleşecektir.
- Risk: Kredi riski tek yönlüdür. Yalnızca kredi veren taraf kredi riskine uğrar. Riski genel olarak tanımlarsak, krediyi veren kurumun vermiş olduğu kredinin geri ödenecek zamana kadar doğacak tehlikeli durumudur. Bankalar riskle karşılaştıklarında riski telafi etmek zorundadırlar. Bu yapılırken de müşteriye bu durum yansıtılır. Yani, müşterinin durumu göz önüne alınarak, anapara, kredi, faiz ve diğer giderler teminata alınır. Alınan bu teminatlar müşterinin sahip olmuş olduğu kıymetleridir. Gayrimenkuller, ipotek vb.
- Gelir: Bankalar, şu anki koşullara uyum sağlamak, ülke ekonomisine katkıda bulunmak, varlıklarını sürdürebilmek, yapmış olduğu giderleri karşılayabilmek

gibi nedenlerden dolayı kar elde etmeleri gerekir. Krediler bankalar için kar sağlamlarına yarayacak önemli unsurdur. Kredi de faiz ve komisyon olmazsa olmaz unsurlardandır. Bankaların topladıkları faiz ve komisyonlar kara dönüştürülüp gelir elde etmeleri sağlanır.

2.10.2. Kredilerin Sınıflandırılması ve Yasal Çerçevesi

Kredilerin Sınıflandırılması

Bankalara başvuran gerçek ve tüzel kişiler için açılan ve kullanılan kredilerin türleri altı kategoriden oluşmaktadır. Bunlar; vadelerine, kullanım amaçlarına, kullandırma şekline, para cinsine, alınan teminat türüne, kaynağına göre olmak üzere altı türdür.

Kredilerin sınıflandırmasını kategoriler halinde incelersek eğer kendi içlerinde de alt kategorilere ayrılmaktadır. Aşağıda yapılan açıklamalarda alt kategorileriyle birlikte ele alınmıştır (Vurucu ve Arı 2017:22-42);

a. Vadelerine Göre Kredi Türleri

Kredinin vadesi, krediyi kullanan tarafın krediyi kullandıran kuruluşa belirlenen sürede geri ödemesi gereken zamandır.

Ulusal ve uluslararası bankacılık uygulamasında 1 yıla kadar olan vadeli krediler “Kısa Vadeli”, 1-5 yıl arası olan vadeli krediler “Orta Vadeli”, 5 yıldan uzun vadeye sahip olan krediler “Uzun Vadeli” dir. Fakat günümüzde bankacılık uygulamasında ve BDDK tarafından yürürlüğe konulan Bankalar için Tek Düzen Hesap Planı içerisinde kısa vadeli krediler ayrı bir kategoride, orta ve uzun vadeli krediler birlikte ayrı bir kategoride yer alır.

aa. Kısa Vadeli Krediler

Vadeleri 1 yıla kadar olan kredilerdir. En fazla 1 yıllık dönemde faiz, anapara, vergi ve diğer masraflar ile geri ödemesi yapılır.

ab. Orta ve Uzun Vadeli Krediler

Vadesi 1 ile 5 yıl arasında olan krediler orta vadeli, 5 yıldan fazla olan krediler ise uzun vadeli kredilerdir.

b. Kullanım Amacına Göre Kredi Türleri

Kullanım amacına göre kredi türleri, kredinin finanse edildiği ekonomik faaliyetin niteliğine göre olmaktadır. Bireysel krediler ve Ticari krediler olmak üzere iki çeşittir.

ba. Bireysel Krediler

Diğer ismi Tüketici kredisidir. Tamamıyla ülke ekonomisinin tüketim harcamalarını finanse etmek için açılan ve kullanılan kredilerdir.

bb. Ticari Krediler

Ülke ekonomisinin üretim ve dağıtım sektöründe sınai ve ticari faaliyetlerin finansmanında kullanılır.

c. Kullandırma Şekillerine Göre Kredi Türleri

Bankadan fon çıkışını gerektiren nakit krediler ve fon çıkışı gerektirmeyen nakit dışı (gayri nakit) krediler olarak ikiye ayrılır.

ca. Nakit Krediler

Bankalar nakit olarak krediyi verir ve bu kredi karşılığında faiz ve verilen kredinin çeşidine göre de faiz ile beraber komisyon alırlar. Nakit kredilerin diğer ismi plasmandır.

cb. Nakit Dışı (Gayri Nakit) Krediler

Gayri nakit krediler, bankanın kredi müşterisinin üçüncü şahıslara olan sözleşmeye dayalı taahhütlerine kefil olmasıdır. Bu tür kredilerde faiz yoktur sadece komisyon alınır.

d. Para Cinsine Göre Kredi Türleri

Kredinin açıldığı ve kullanıldığı ülke parasının cinsi banka kredilerinin sınıflandırılmasındaki farklı bir ölçüttür.

da. Türk Parası Krediler

Bankaların kredi müşterilerine Türk Lirası (TL) üzerinden tahsis edilip kullanıldığı ve banka hesaplarında TL olarak yer alıp izlenen ve geri ödemesinin de TL olarak yapıldığı kredilerdir.

db. Yabancı Para Krediler (Döviz Kredileri)

Bankalar tarafından kredi kullanılan müşterilerine yabancı ülke paraları (döviz) cinsinden tahsis edilen, döviz ya da krediyi kullanma tarihinde geçerli döviz kurunun karşılığı TL üzerinden kullanılan, banka hesaplarında kullanıldığı döviz cinsinden izlemesi yapılan ve kredi borçlusu olanların da bankaya geri ödemesini döviz cinsi üzerinden ya da krediyi kullanma tarihinde geçerli olan döviz kuru karşılığı TL üzerinden yaptığı kredilerdir.

dc. Döviz Endeksli Krediler

Bankalar tarafından kredi müşterilerine yabancı ülke paraları (döviz) cinsinden tahsis edilen fakat kredinin fiili olarak kullanılması kullanım tarihinde geçerli döviz kuru karşılığı TL üzerinden yapılan, banka hesaplarında kullanıldığı döviz cinsi üzerinden izlenip kredi borçlusunun geri ödemesini kredi kullanım tarihinde geçerli döviz kuru karşılığı TL üzerinden yaptığı kredilere denilir.

e. Alınan Teminat Türüne Göre Krediler

ea. Teminatsız (Açık) Krediler

Bankanın kredi tahsisi sırasında kullandırma koşulu olarak karşı teminat öngörülmezsizin, sadece kredi borçlusunun şahsi taahhüdü karşılığı açılan ve kullanılan kredilere denilir.

eb. Kefalet Karşılığı Krediler

Diğer adı “Şahsi Teminatlı Kredilerdir”. Kredi borçlusu tarafın şahsi taahhüdü ile yetinilmeyerek, gerçek ya da tüzel üçüncü bir kişinin kefalet imzasıyla kullandırılan kredilere denir.

ec. Maddi Teminatlı Krediler

Bankaların kredi tahsisi esnasında kredi kullanım koşulu olarak, somut ve maddi değer ifade eden varlığın rehini karşılığı kullanımın öngörülmesidir.

f. Kaynağına Göre Kredi Türleri

fa. Banka Kaynaklı Krediler

Bankaların kendi kaynaklarından sağlamış oldukları fonlar ile müşterilerine kullandırmış oldukları krediler bu grup içerisinde yer almaktadır.

fb. TCMB Kaynaklı Krediler

Bankalar TCMB kaynaklarından fon sağlamanın önemli bir kısmını TCMB ile bankalar arasındaki direkt fon alış verişi içerir. Sadece TCMB Reeskont Penceresi uygulamalarında TCMB bankalar aracılığıyla ekonomide bazı sektörleri fonlama amacı güder.

fc. Türk Eximbank Kaynaklı Krediler

Ülkemizde tek ve resmi olarak ihracat finansman kuruluşu olarak Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (Türk Eximbank) vardır. Kuruluş amacı ise, ihracatın geliştirilerek ihraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlenmesi, yeni pazarların ülkemize kazandırılması, ihracatçıların ulusal pazarda payının artırılması, girişimciliklerinde gerekli desteğin sağlanması, ihracatçılara ve yurtdışında bulunan yatırımcı ve müteahhitlere ulusal pazarda rekabet etme gücü ve güvence sağlanması, yurtdışında yapılacak yatırımların desteklenmesi gibi amaçlar içermektedir.

fd. Yurtdışı Kaynaklı Krediler

Yurtdışından sağlanan krediler iki türdür. İlki, bankaların yurtdışından kendileri için sağladığı ve kredi borçlusu olarak da bizzat kendileri olan yurt dışı kaynaklı Sendikasyon ve Seküritizasyon kredileridir. İkincisi ise, yurtdışından yatırım, ihracat ve kalkınma kredi bankaları tarafından ülkemizde çeşitli yatırım ve sektörel faaliyetleri sübvansetme amacıyla sektörel olarak limit tahsisi sağlanan kredilerin, kaynak aktaran kredi kuruluşunun önceden belirlenen şartlar doğrultusunda ilgili sektörlerin kullanımına aracılık ettiği kredilerdir.

Kredilerin Yasal Çerçevesi

Banka kredilerinde yasal çerçevenin temeli, 5411 sayılı bankacılık kanunu ile oluşmuştur. Bankacılık kanunu ve bankacılık ile ilgili diğer kanunların çeşitli düzenlemeler yapmak ve yapılan bu düzenlemeleri yönetmek ve genelgeler şeklinde kredi kurumlarına tebliğ etme yetkisi Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumuyla Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'na aittir (Vurucu ve Arı 2017:58).

2.10.3. Kredi Riski

Kredi riski, kredi işleminde borçlu ya da sözleşmedeki karşı tarafın sorumluluklarını tam ve zamanında yerine getirmemesinden kaynaklanan zarar etme ihtimali şeklinde tanımlanabilir. Borçlu-Alacaklı ilişkisinde kredi riskine uğrayan taraf alacaklı taraftır. Burada borçlu tarafın, anapara ve faiz ödemesi gibi yükümlülüklerini ekonomik yetersizlikten dolayı yerine getiremeyeceği gibi yükümlülüklerini yerine getirme isteğinde olmamasından dolayı da kaynaklanabilir. Tahvil ve bono gibi alacak hakkı doğan menkul kıymetin ihracatçısının kredi derecesindeki düşüşten dolayı menkul kıymetin değerindeki düşüşte kredi riskinin başka bir nedenidir (Altay 2015:361).

Bankacılık yasasına göre bankaların kredi riski taşıyan işlemleri şu şekildedir; (5411 Sayılı Bankacılık Kanununun, Madde 48.)

- Kullandırılan nakdi krediler,
- Vadesi geçen nakdi krediler,

- Gayri nakdi kredilerde nakde tahvil bedelleri,
- Ortaklık payları,
- Ters repo işlemleri sonucu doğan alacaklar,
- Varlıkların vadeli satışından doğan alacakları,
- Opsiyon sözleşmeleri ve vadeli işlemlerle benzeri diğer sözleşmeler,
- Tahakkuk etmekle beraber tahsil edilmeyen faizler,
- Satın alınan tahviller ve sermaye piyasası araçları,
- Teminat mektupları, kefaletler, kontrgarantiler, aval, ciro gibi gayri nakdi krediler,
- Tevdiatta bulunmak şartıyla veya herhangi bir şekilde verilen ödünçler.

2.10.4. Bankalarda Kredi Taleplerinin Değerlendirilmesi

Kredi taleplerini değerlendirme aşaması, kredi talebinde bulunan kişinin geçmişine bağlı olarak ekonomik durumunun incelendiği aşamadır. Değerlendirme yapılırken, belgeler, kredi geçmişi (kredi kayıt bürosu ve merkez bankasından sorgulamaları), banka kayıtları gibi bilgiler başvuru yapan hakkında elde edilmiş olan istihbarat bilgileri değerlendirme aşamasında kullanılır. Ticari kredilerde talep değerlendirilirken ise, yerinde yapılan görüşme ve piyasadan ticari kurum hakkında toplanan bilgiler, hangi sektörsel o sektörün bağlı olduğu oda ve birlikler, medya gibi kaynaklar veri olarak alınır.

Kredi başvurusunda bulunanın kendisi ve farklı merkezi veri depolama kuruluşları olmak üzere başvuru sahibi kişi ya da kurumların hakkında ekonomik verilerin sistematik olarak değerlendirilmesi ve yorumlanması sürecidir. Veri değerlendirme ve derecelendirme süreci, “Risk Ölçümlemesi / Risk Analizi” ya da “Finansal Analiz” olarak adlandırılan analiz işlemlerinin gerçekleştirilmesinden oluşur. Kredi değerlendirme ve derecelendirmenin asıl amacı ise, kredi talep eden kişi ya da kurumun geri ödeme kapasitesini tespit edip bankanın karşılaşacağı kredi riskini minimum düzeye indirmek ve talep edenin ihtiyacına uygun tutarda ve sürede kredilendirme sağlamaktır (Vurucu ve Arı 2017:341).

2.10.5. Kredi İstihbaratı ve Tahsisi

Kredi İstihbaratı

İstihbarat süreci, kredi müşterisi ile ilk temasın sağlanmasıyla başlayan ve şubelerde gerçekleştirilen bir süreçtir. Kredibilitenin ölçülmesinde ve kredi riskinin azaltılarak ortadan kaldırılmasında önemli fonksiyona sahiptir. İstihbarat şube personeli tarafından gerçekleştirilir. İstihbarat sürecinin doğru bir şekilde yönetilmesi ilerde oluşabilecek para ve zaman kaybının önüne geçilmesini sağlar. Burada yapılan istihbarat çalışmasında müşteri gizliliği göz önünde bulundurulmalıdır (Yazıcı 2018:32-33).

Kredi Tahsisi

Kredi tahsis bölümü ya da birimleri bankalarda müşterilerin kredibilitésinin ölçümlendiği, ürün, teminat, vade ve risk-getiri ilişkisine bağlı olarak kredi tahsis süreçlerinin yönetildiği bölümler/birimlerdir. Müşterinin kredi talebinin tahsis bölüm ya da birimine değerlemesinin ulaştığı ve kredi teklifinin onaylanması arasında kalan zaman dilimine tahsis süreci denilir. Tahsis sürecindeki amaç, sınırlı banka kaynaklarının plasmanında emniyet ilkesini göz önünde tutarak mali yapısı güçlü, ödeme gücü ve moralitesi iyi olan firmalara makul teminatlarla yüksek getiri sağlayacak şekilde kredinin tahsis edilmesidir (Yazıcı 2018:55-56).

III. BÖLÜM

3. BOLU İLİNDE FAALİYET GÖSTEREN KATILIM BANKALARINDA BİREYSEL MÜŞTERİLERİN KATILIM BANKALARINI TERCİH ETME SEBEPLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde, literatür taraması sonucu kavramsal bir model geliştirilmiş olup bu modeldeki değişkenlere yönelik hipotezler oluşturulmuştur. Sonrasında ise modelde yer alan değişkenler ölçülmek amacı ile tasarlanmış olan veri toplama aracının geliştirilmesi ile araştırmanın örnekleme ve araştırmanın evreni ile ilgili bilgi verilip, daha sonra verileri araştırma ve araştırılan verileri işleme süreci yer almıştır.

3.1. Araştırmanın Metodolojisi

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Katılım bankaları kredi kullanımında bireysel müşterileri kendine çekebilmek için yüklü miktarda bulunan maliyeti de üstlenmeleri gerekir. Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmeleri için bilgi sahibi olmaları ve bu bilgilerden hareketle kaynakları etkin olarak kullanabilmesine yardımcı olmaları gerekecektir.

Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerine göre gruplandırılması demografik nedenler açısından yapılabilmek mümkün müdür? Eğer gruplandırma yapılırsa, gruplandırmanın asıl ayırt edici özelliği ne olur? Gruplandırmanın sonunda oluşturulan gruplar arasında demografik değişkenler

(cinsiyet, medeni durum, yaş vb.) açısından belirgin farklar var mıdır? Bu sorular araştırılarak sorulara cevap aranmıştır.

Bu araştırmada, katılım bankası sektöründe bireysel müşterilerin kredi kullanımları üzerindeki kararlarına müşterilerin bakış açısı ve kullanım eğilimlerine etkisinde etkili olan faktörleri belirlemek için bireysel müşterilerin demografik değişkenlerle katılım bankaları tercih sebepleri arasında bir ilişki olup olmadığı konusunda araştırma yapmak amaçlanmıştır.

Araştırmanın diğer alt amaçları ise bu amaç doğrultusunda, gelişen teknoloji ve ticari faaliyetlerle zaman ve maliyet öğelerinin git gide önem kazanması nedeniyle bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmeleriyle ilgili kararlarının yerine getirilmesine katkı sağlayacaktır.

Çalışmada, bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerine etki eden faktörleri tespit etmek hedeflenmiştir. Böylelikle bankaların, kaynakları ve bireysel müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için, akılcıl olarak yönlendirilmeleri için yardımcı olacak bulgu ve öneriler geliştirmek hedeflenmiştir. Araştırma, katılım bankasıyla çalışan bireysel müşterileri daha iyi tanıyabilmek ve katılım bankasını tercih etme sebeplerini belirlemek, katılım hizmeti veren kurumların bireysel müşteriler için aldıkları kararlarda daha geniş bilgi elde edebilmek amaçlanmıştır.

3.1.2. Araştırmanın Soruları

Araştırmanın amaçlarına yönelik sorular geliştirilerek, geliştirilen sorulara araştırma dahilinde cevaplar aranmıştır. Araştırmada konu edilen sorular şu şekildedir:

- Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerinde etkili olan faktörler nelerdir?
- Katılım bankalarını, tercih edilme sebeplerine göre demografik özellikler açısından bireysel müşterileri gruplandırabilmek mümkün müdür?

- Eğer gruplandırma yapılır ise, yapılan gruplandırmanın temel ayırt edici özellikleri neler olur?
- Demografik özellikler açısından, gruplandırma sonucu oluşan faktörler (gruplar) arasında belirgin bir fark var mıdır?
- Katılım bankalarının hizmeti ile bireysel müşterilerin demografik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?
- Bireysel müşterilerin katılım bankalarını tercih etmeleri, karma pazarlama kararlarını nasıl etkiler?

3.1.3. Araştırma Yöntemi

Katılım bankaları ve diğer bankaların müşterilerle ilgili bilgi vermeleri hukuka aykırı olması sebebiyle, araştırmada geçen veriler, katılım bankası ile çalışan müşteriler ile yüz yüze görüşülerek hazırlanan anket formunun işaretlenmesi ile elde edilmiştir. Araştırmada veri elde etme aracı ise kapalı uçlu sorulardan oluşan anket formunun işaretlenmesi ile elde edilmiştir. Araştırmanın veri elde etme aracı olarak kapalı uçlu sorulardan oluşan anket formundan faydalanılmıştır.

Katılım bankası ile çalışan bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerine yönelik araştırmamızda, var olan durumu belirleyebilmek açısından tanımlayıcı araştırma modeli kullanılmıştır. Bu araştırma modeli, araştırma sorununu temel alan değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisi gözetmeksizin bu değişkenlerle ilgili tanımlamaları doğru yapabilmeyi amaçlayan bir modeldir. Tanımlayıcı araştırma türünde iki temel araştırma biçimi bulunmaktadır. Bunlar ise kesitsel ve zaman içerisinde tekrarlanan araştırmalardır. Kesitsel araştırmanın örnek elemanları belli bir zaman diliminde ölçülmektedir. Ölçüm, araştırmanın belli bir zamanına ait bilgileri bize verir. Bu modelde analiz, gözlem ve anket yöntemleri kullanılır. Gözlem yönteminde insanlar gözlenerek araştırılır. Yüzdeler ve ortalamalar ile ifade edilir. Analiz yönteminde belirli grupların incelenip yorumlanması ve problemin çözümlenmesi söz konusudur. Anket yöntemi faktörler arasındaki ilişkileri derinliğine belirlemeye yöneliktir.

Çalışmada, araştırma yöntemi olarak kesitsel yöntemlerden faydalanılarak veriler birincil kaynaklardan elde edilmiştir. Araştırmacının sorununu çözebilmek için doğrudan elde etmeye çalıştığı şahıs ve kurumlara birincil veriler denir. Diğer bir ifadeyle, birincil veri kaynakları, araştırmacının veriyi elde etmek istediği anda, toplamış olduğu verilerden oluşan kaynaklardır. Birincil kaynaklarda veriler; gözlem yolu ile, deneysel serimler oluşturularak ya da soru sorma yöntemi ile elde edilir. Belirli bir çalışma için, uygun veri toplama tekniği seçimi; zaman, bütçe, cevaplayanların demografik özellikleri, istenen cevaplama oranı, araştırmanın içeriği gibi faktörlere bağlıdır. Bu tarz bir çalışmada gözlem veya deney yöntemleriyle birincil verileri toplamak maliyet ve zaman bakımından imkansız olduğundan çalışmada bu yöntemlere başvurulmamıştır. Araştırmada katılım bankaları ile çalışan bireysel müşterilere anket uygulanmıştır. Katılım bankaları ile çalışan bireysel müşterilerden ana kütleyi temsil edecek örnek kütleye anket yöntemi uygulaması benimsenmiştir.

Anket formu içerisinde bulunan çoktan seçmeli sorular, katılım bankaları ile çalışan bireysel müşterilere kolayca cevaplayabilecek biçimde hazırlanmıştır. Anket iki bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde, katılım bankası müşterilerinin demografik özellikleri ve katılım bankası ile ilgili sorulardan oluşan toplam on beş soru bulunmaktadır. İkinci bölümde bireysel müşterilerin kredi kullarımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerini belirlemeye yönelik yirmi dokuz soru bulunmaktadır. İkinci bölümde, katılım bankalarının sahip olduğu özellikler ve sunduğu hizmetlere dayalı yargılarda beşli likert tipi ölçeğe göre hazırlanmıştır.

3.1.4. Araştırma Modeli

Araştırmacının hedefi doğrultusunda oluşturulan modelde, değişkenlerin ve değişkenler arasında ilişkilerin doğrultusunda bulgularla ilgili tanımlamalar yapılmış, yapılan bulgulardan hareketle önerilerde bulunulmuştur.

Bankanın sunduğu hizmetlerden ve yapısından oluşan bağımlı değişkenlerle bireysel müşterilerin demografik özellikleri (bağımsız değişkenler), bireysel müşterilerin kredi kullarımlarında katılım bankalarını tercih etmesine etki etmektedir.

Bu da katılım bankası müşterilerine sunulan hizmetleri ve katılım bankalarının yapısını etkilemektedir. Diğer bir ifadeyle demografik özellikler, bankanın sunduğu hizmetlerle bankanın yapısını bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankasını tercih etmede oluşan bağımlı değişkenler, katılım bankalarını tercih etme kararlarında etkili olmaktadır.

3.1.5. Araştırmanın Hipotezi

Hipotez, en az iki ya da daha çok sayıda ölçülebilir değişkenin birbirleriyle ilişkisini belirleyen yargıya denilir. Sosyal bilim alanlarında bilimsel açıdan test edilebilir hipotezlerin geliştirilip araştırma sonuçlarıyla test edilmesi önemlidir. Araştırma, bireysel müşterilerin demografik özellikleri ve katılım bankasıyla çalışma tercihlerinin arasındaki ilişkiyi geliştiren hipotez doğrultusunda yapılmıştır.

Araştırmanın hedefleri doğrultusunda bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerine etki eden değişkenler bağımlı ve bağımsız değişken olarak iki grup halinde incelenir. Birinci grupta demografik değişkenler (cinsiyet, medeni durum, yaş gibi,), ikinci grupta da davranışsal değişkenler yer almıştır. Araştırmada bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankaları ile çalışmasına yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla 29 yargı (bağımlı değişken) belirlenmiştir. Araştırmada, bağımsız değişken olarak incelenen davranışsal değişkenlerin demografik faktörlere bağımlı oldukları istatistiki yöntemle belirlenmiştir.

Katılım bankalarının sunmuş olduğu hizmetlerin çeşitliliği ve katılım bankalarının yapısına göre bireysel müşteriler, demografik özelliklerine göre katılım bankalarını tercih etmektedir. Katılım bankaları, bireysel müşterilere sunduğu hizmetlerin çeşitliliği ve etkinliği arttırarak kendi banka tercihlerini arttıracağını ortaya koymak için araştırma modeli kapsamında ileri sürülen ve bireysel müşterilerin demografik özellikleriyle tercih ettikleri katılım bankalarının yapısı ve sundukları hizmetler arasında anlamlı ilişki olup olmadığını test etmek amacıyla oluşturulan hipotezler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.1: Araştırmanın Hipotezleri

No	HİPOTEZLER
	Bireysel müşterilerin demografik özellikleri (bağımsız değişkenler) ile kredi kullanımlarında Ho katılım bankalarını tercih etme sebeplerinde etkili olan faktörler arasında (bağımlı değişkenler) anlamlı bir ilişki yoktur.
1	H ₁ Bireysel müşterilerin demografik özellikleri (bağımsız değişkenler) ile kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerinde etkili olan faktörler arasında (bağımlı değişkenler) anlamlı bir ilişki vardır.

3.1.6. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Evren, araştırmacı tarafından incelenen birey, işletme, pazar, ürün ve hizmet gibi gruplardan oluşmaktadır.

Bolu ilinde yaşamakta olan 18 yaş ve üzeri katılım bankası müşterisi olanlar araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. 2018 yılı genel nüfus sayım sonuçlarına göre Bolu'da 311.810 kişi ikamet etmektedir (<https://www.nufusu.com.tr>, 17 Mart 2019'da erişildi).

Türkiye genelinde katılım bankalarıyla çalışan aktif bireysel müşteri sayısı TKBB'ye göre 4.418.039 kişidir (www.tkbb.org.tr, 17 Mart 2019'da erişildi). Çalışmamızda 450 kişiye anket uygulanmıştır. Ön çalışmada bu sayının yaklaşık olarak 1/100000 kişiye denk gelen 45 kişiye anket uygulanmıştır. Daha sonra ise yaklaşık 1/10000'e göre 450 anket hazırlanıp uygulamaya konulmuştur. Araştırma genelinde, örnek kitleden anket yoluyla sağlanan verilerin 400 tanesi analize uygun bulunmuştur. 50 tanesi analiz yapmaya uygun görülmemiştir.

Örnekleme, hedef olan ana kütleyi temsil edebilmek için araştırmanın evreninden seçilmiş birey ve objeler grubundan oluşur. Araştırması yapılacak olan subjelerin hepsini incelemekten ziyade, temsil edebilecek kadar örnek kitle üzerinde çalışılır. Bu bakımdan örnekleme, ana kütleyle ait olan küçük bir kısım (örneklem) incelenerek ana kütlenin tamamı hakkında bilgi alınan bir süreçtir.

Örneklem, Bolu ili ve ilçelerde dahil olmak üzere uygulanmıştır. Veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Anket uygulanan örnekleme seçmede farklı segmentlerin

tespiti öncelikli hedef olmuştur. 2018 yılı Bolu ili toplam nüfusu 311.810 kişidir. Bu nüfusun 154.711'i erkek ve 157.099'u kadından oluşmaktadır. Yüzde olarak ifade edersek %49,62'si erkek, %50,38'si kadından oluşmaktadır (<https://www.nufusu.com/il/bolu-nufusu>, 18 Mart 2019'da erişildi).

Evrenin büyük olması maliyet ve zaman bakımından sınırlamaların gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Örnekleme doğru olduğunda, kabul edilebilir hata seviyesi ile ana kütle için doğru sonuçlara ulaşıp daha uygun bir maliyet gerçekleştirilebilir. Örnek hacmin maliyetleri gereksiz şekilde artmayacak kadar küçük ve ana kütle için temsil edebilecek kadar da büyük olması gerekir. Bu sebeple, evrende örneklem seçimi yoluna gidilmiş, Bolu ilindeki örneklem seçiminde araştırmanın ana konusuyla doğru orantılı olarak katılım bankalarının yoğun kullanıldığı yerlerden faydalanılmıştır.

Örnek kitleyi belirlemede istatistiksel yaklaşım, hesaplanabilir bir istatistiksel hata ile örnek kitleyi belirlemeyi sağlar. Örneklemin büyüklüğünü etkilemede en önemli faktör anlamlılık düzeyidir. Sosyal bilimlere yönelik yapılan araştırmalarda genellikle 0,05 anlamlılık düzeyi yeterli bulunmaktadır. Yüzde 95 güven düzeyinde; örnek 100 defa seçildiğinde, seçilen bu 100 örneğin en az 95 tanesi (anlamlılık düzeyi= $100 \cdot 0.05 = 5$)($100 - 5 = 95$) ana kütle için özelliklerini temsil edebilme yeteneğine sahip olması gerekmektedir.

3.1.7. Ön Çalışma ve Anket Formunun Hazırlanması

Veri toplama yönteminde anket uygulanacağı zaman, hazırlanan soruları bir pilot çalışma ile belirli sayıda cevaplayıcı üzerinde denemek, gereksiz görülen ya da anlaşılamayan soruları düzeltmek, anketten çıkartmak ya da yeni sorular eklemek araştırmanın fayda düzeyini artırmaktadır.

Bu sebeple; tezin uygulama kısmında kullanılacak ölçeklerin cevaplayanlar tarafından anlaşılır olduğunun görülebilmesi için ön çalışma yapılmıştır. Ön çalışmada, katılım bankalarını tercih nedenleriyle ilgili sorular ve bu soruların şıklarında yanlışlığa ya da eksikliğe sebep olmaması için tesadüfi örnekleme ile seçilen 18 yaşın üzerinde ve

katılım bankası müşterisi olan 45 bireysel müşteriye anket uygulanmış ve anlamada zorlanılan sorular düzeltilmiştir. Düzeltme aşaması sonrasında anketin geçerli olup olmadığını değerlendirmek için üniversitede görev alan ve konuyla ilgili bilgi sahibi olan akademisyenlere tez önerisi gösterilerek onların görüşleriyle düzeltmeler yapılmış ve bu sonuçlar neticesinde anket formundaki soruların anlaşılır olup olmadığı test edilerek anket son halini almıştır.

Anketler, Bolu ilinde 45 kişiye yüz yüze görüşme yöntemi ile kesin anket formunu hazırlamadan önce soruların güvenilirliğini ölçmek için araştırmanın örneğini temsil etmesi için ön test yapılmıştır. Elde edilen 45 anket formunun ön test analizinin yapılmasına karar verilip SPSS paket programına verilerin kodlanması yapılmıştır. Ön testin istatistiksel analiz sonucu, bulgularda varyans analizi yapılarak test edilecek faktör yapıları ortaya konulmuştur. Katılım bankasını tercih etmesini tespit etmeye yarayan 29 yargı ve 15 sorudan (demografik özellikler ve katılım bankası müşterilerine ait) oluşan anket formu iki sayfadan oluşmakta ve 10-15 dakikada yanıtlanabilmektedir.

3.1.8. Veri Toplama İşlemi

Araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artırmak için 450 adet anket çoğaltılıp 2017 yılının Mayıs ve Haziran aylarında örnek kitleye anket uygulaması yapılmıştır. Cevaplayıcıların anlayamadığı noktalarda anketörler tarafından bizzat açıklama yapılmıştır. Araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini arttırmak için anketler cevaplandırıldığı anda incelenip cevaplanmayan soruların cevaplandırılması istenmiştir.

3.1.9. Veri Analizi

Anket sonucunda elde ettiğimiz veriler; SPSS (Statistical Packet for Social Science) programında araştırmanın amacına göre hazırladığımız dosyaya girilmiştir. Veriler istatistiksel yöntemlerle %95 anlamlılık seviyesinde değerlendirilip açıklanmıştır.

3.1.10. Araştırmanın Varsayımları

Araştırma sonucunda aşağıda yer alan varsayımlar kabul görmüştür:

- Araştırmada kullanılan örneklem ve verileri elde etme yönteminin uygun olduğu, elde edilen sonuçlarında güvenilir olduğu varsayılmaktadır.
- Anket uygulanan deneklerin, sorulara samimi bir şekilde cevap verdiği ve herhangi bir etki altında kalmadan soruları yanıtladığı varsayılmaktadır.
- Katılım bankası müşterilerine araştırma yapılırken yüz yüze görüşme yapılarak anketin uygulandığı ve soruların doğru cevaplandığı varsayılmaktadır.
- Bireysel müşterilerin katılım bankasını kullanmalarındaki tercih sebebini belirlemede görüşlerimizin tarafsız olduğu varsayılmaktadır.
- Yapılan araştırmadan sonra katılım bankalarının sınırlı olan kaynaklarını daha etkin bir şekilde kullanacakları varsayılmaktadır.

3.2. Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular

Araştırma verilerinin analiz ve bulguları şöyledir;

3.2.1. Güvenilirlik Analizi

Ölçmede kullanılan anket, ölçek ve testlerin özellik ve güvenilirliklerini değerlendirmek için geliştirilen güvenilirlik analizinde alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır.

- $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Tablo 3.2: Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebepleri	0,915	29

Alpha katsayısına göre ölçeğin güvenilirlik düzeyi yüksek derecede güvenilir düzeydedir ($\alpha=0,915>0,80$). Sonuçta örnek hacmi analize oldukça uygundur. Diğer bir

ifadeyle örnek rastgele dağılmıştır. Ölçekten soru çıkarmasına veya eklemesine gerek görülmemektedir.

Tablo 3.3'te ise 29 maddeden oluşan ölçeğe ait madde analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3.3: Ölçeğin Madde Analiz Tablosu

	Madde Çıkarıldığında Ölçek Ortalaması	Madde Çıkarıldığında Ölçek Varyansı	Korelasyon Katsayısı	Madde Çıkarıldığında Güvenilirlik Katsayısı
Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetini sunmaktadır.	65,98	225,007	,696	,909
Personel ve Hizmet kalitesi yönünden iyidir.	65,99	222,965	,686	,909
Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkilidir.	66,06	227,237	,543	,912
Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel bulunmaktadır.	65,74	224,857	,659	,910
Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir.	65,32	229,425	,570	,911
Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilmektedir.	65,43	223,243	,618	,910
Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiştir.	64,99	231,408	,409	,914
Şube ağı geniştir.	65,74	226,892	,508	,912
Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir.	65,73	230,855	,382	,914
Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.	65,96	228,778	,561	,911
Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.	65,89	220,338	,749	,908
Çalıştığım bankamın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.	65,83	224,155	,668	,910
Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.	65,52	227,894	,597	,911
TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.	65,91	231,094	,404	,914
Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.	66,33	231,364	,475	,913
Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.	65,37	231,682	,486	,913
Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.	64,97	236,397	,334	,915
Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.	64,58	234,309	,341	,915

Tablo 3.3 (devamı): Ölçeğin Madde Analiz Tablosu

	Madde Çıkarıldığında Ölçek Ortalaması	Madde Çıkarıldığında Ölçek Varyansı	Korelasyon Katsayısı	Madde Çıkarıldığında Güvenilirlik Katsayısı
Limit tahsis etmede sadece gelir dikkate alınmamakta aynı zamanda faydaları ve tehditleri de ele alınmaktadır.	65,20	235,756	,341	,915
Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır.	64,70	232,651	,296	,915
Geciken – unutulmuş borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır.	65,61	228,554	,461	,913
Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.	65,15	228,910	,428	,914
Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.	64,97	236,127	,342	,914
Bankamın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.	65,88	232,711	,330	,915
ATM ağı geniştir.	65,78	229,735	,386	,915
ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.	66,21	231,209	,555	,912
ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.	66,12	229,610	,592	,911
Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.	65,93	225,558	,606	,911
Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.	66,17	228,243	,605	,911

Tablo 3.3 madde analiz tablosunda madde çıkarıldığında güvenilirlik katsayısının maddelerinin tümünün karşısındaki değer 0,915'ten büyük olmadığı görülür. 29 Yargıdan oluşan ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,915 değeri madde çıkarıldığı zaman artmayacağından ölçekten herhangi bir maddenin çıkarılmasına gerek yoktur.

3.2.2. Demografik Özellikler

Bireysel müşterilerin demografik özellikleri tablo ve açıklamalarla verilmiştir.

Tablo 3.4: Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Kişi Sayısı	Oran (%)
Bay	190	47,5
Bayan	210	52,5
Toplam	400	100,0

Araştırmaya katılmış kişilerin %47,5'i erkekler, %52,5'i kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 3.5: Yaş Dağılımı

Yaş	Kişi Sayısı	Oran (%)
18-25	86	21,5
26-35	132	33,0
36-45	111	27,8
46-55	51	12,8
56 ve üzeri	20	5,0
Toplam	400	100,0

Araştırmaya katılan kişilerin yaş dağılımına baktığımızda %21,5'inin 18-25 yaş arasında, %33'ünün 26-35 yaş arasında, %27,8'inin 36-45 yaş arasında, %12,8'inin 46-55 yaş arasında ve %5'inin 56 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 3.6: Medeni Durum Dağılımı

Medeni Durum	Kişi Sayısı	Oran (%)
Evli	236	59,0
Bekar	164	41,0
Toplam	400	100,0

Araştırmaya katılan 400 kişiden 236 kişinin %59'u evli, 164 kişinin %41'i bekindir.

Tablo 3.7: Öğrenim Durumu Dağılımı

Öğrenim Durumu	Kişi Sayısı	Oran (%)
Ortaokul	47	11,8
Lise	105	26,3
Ön lisans	61	15,3
Lisans	146	36,5
Lisansüstü	41	10,3
Toplam	400	100,0

Araştırmaya katılmış kişilerin öğretim durumlarına baktığımızda %11,8'i ortaokul, %26,3'ü lise, %15,3'ü ön lisans, %36,5'i lisans ve %10,3'ü lisansüstü eğitime sahiptir.

Tablo 3.8: Meslek Dağılımı

Meslek	Kişi Sayısı	Oran (%)
Öğrenci/Çalışmıyor	125	31,3
Kamu Sektörü	82	20,5
Özel Sektör	131	32,8
Emekli	23	5,8
Esnaf/Serbest Meslek	39	9,8
Toplam	400	100,0

Araştırmada yer alan kişilerin %31,3'ü öğrenci ya da çalışmıyor durumda, %20,5'i kamu sektöründe çalışmakta, %32,8'i özel sektörde çalışmakta, %5,8'i emekli ve %9,8'i esnaf ya da serbest meslek sahibi olarak çalışmaktadır.

Tablo 3.9: Aylık Gelir Dağılımı

Aylık Gelir	Kişi Sayısı	Oran (%)
0-1500 TL	121	30,3
1501-2500 TL	94	23,5
2501-3500 TL	103	25,8
3501-5000 TL	60	15,0
5001 ve üzeri	22	5,5
Toplam	400	100,0

Aylık ortalama gelire baktığımızda %30,3'ünün 0-1500 TL arasında, %23,5'inin 1501-2500 TL arasında, %25,8'inin 2501-3500 TL arasında, %15'inin 3501-5000 TL arasında ve %5,5'inin 5001 ve üzerinde olduğu görülür.

3.2.3. Faktör Analizi

Temel amacı, aralarında ilişki olduğu tahmin edilen çok sayıdaki değişken arasında ilişkilerin yorumlanması ve anlaşılmasını kolaylaştırabilmek için daha az sayıda temel boyuta indirmek ya da özetlemek olan bir takım çok değişkenli analiz tekniğine faktör analizi denilir.

Faktör analizi, diğer bir ifadeyle aralarında ilişki bulunan çok sayıdaki değişkenden oluşan veri setine ait temel faktörlerin (ilişki yapısının) ortaya konulup veri setinde bulunan kavramlar arasındaki ilişkilerin araştırmacı tarafından kolaylıkla anlaşılmasına yardımcı olmaktır. Örneklem yeterlilik testi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.10: KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		0,917
Bartlett'in Küresellik Testi	Ki-Kare	4692,358
	Serbestlik Derecesi	325
	Anlamlılık	0,000

Örnekleme yeterlilik testi sonucunda KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri 0,917 olarak hesaplanmıştır. Bulunan bu değer bize örnekleme büyüklüğünün yeterli olduğunu ve faktör analizinin verilerde mükemmel bir şekilde kullanılabileceğini gösterir. Veriler çok değişkenli normal dağılımdan gelen Bartlett testiyle test edilmektedir. Anlamlılık değeri olarak ifade edilen p'nin 0,05'ten küçük olması analiz anlamlı olduğunu gösterir. Açıklanan toplam varyans tablosu aşağıda gösterilmektedir.

Tablo 3.11: Açıklanan Toplam Varyans Tablosu

Faktörler	Kare Yüklerinin Dönme Toplamları		Kümülatif %
	Toplam	% Varyans	
1	4,701	18,079	18,079
2	3,302	12,698	30,777
3	3,258	12,532	43,309
4	2,516	9,675	52,984
5	1,652	6,354	59,338

Tabloya göre 29 sorudan oluşan veri setinde toplam 5 faktörün açıklandığı görülmektedir. Beş faktörün tamamının veri setini %59,338 oranında açıkladığı görülmektedir.

3.2.3.1. Faktör Analizine Göre Alt Boyutların Algılama Düzeyleri

Ölçekte yer alan ifadelerin hangi faktör grubunda yer aldığı ve ifadelerin faktör yüklerinin ne anlama geldiği aşağıdaki tabloda sunulmuştur. Her ifadenin karşısında 5 farklı faktör yükü bulunmuştur ve bu faktör yüklerinden en yüksek olanı alınmıştır.

Tablo 3.12: Alt Boyutların Belirlendiği Rotasyon Matriks Tablosu

No	Maddeler	Alt Boyutlar				
		1	2	3	4	5
1	Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilir.	0,742				
2	Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel bulunmaktadır.	0,711				
3	Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetini sunmaktadır.	0,688				
4	Personel ve Hizmet kalitesi yönünden iyidir.	0,668				
5	Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.	0,654				
6	Çalıştığım bankamın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.	0,640				
7	Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir.	0,601				
8	Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.	0,596				
9	Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.	0,514				
10	ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.		0,726			
11	ATM ağı geniştir.		0,722			
12	Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.		0,658			
13	Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.		0,649			
14	ATM kartımı alışverişlerde kullanabilirim.		0,612			
15	Şube ağı geniştir.		0,593			
16	TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.			0,721		
17	Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkilidir.			0,596		
18	Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.			0,596		
19	Bankamın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.			0,587		
20	Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.				0,734	
21	Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.				0,685	
22	Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.				0,640	
23	Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiştir.				0,505	
24	Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.					0,737
25	Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.					0,623
26	Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır.					0,533

Örneğin; birinci ifadenin karşısındaki en yüksek değer 0,742; ikinci ifadenin karşısında yer alan en yüksek değer 0,711; üçüncü ifadenin karşısında 0,688; dördüncü ifadenin karşısında 0,668; beşinci ifadenin karşısında 0,654; altıncı ifadenin karşısında 0,640; yedinci ifadenin karşısında 0,601; sekizinci ifadenin karşısında 0,596; dokuzuncu ifadenin karşısında 0,514 en yüksek değerleri bulunmuştur. Bu ilk dokuz ifadenin karşısında faktör yüklerinin en yüksek değerleri aynı faktör grubu içerisinde yer almıştır. Diğer ifadelerin en yüksek faktör yükleri karşılarında yer alırken, hangi faktör grubuna girdiği ise en üst satırda gösterilmiştir. İfadelerin dahil olduğu faktörler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 3.13: Faktörler ve Faktörlere Ait Güvenilirlik Değerleri

Faktör No	Faktör İsmi	İfadeler	Cronbach's Alpha
1	Hizmet ve Ürün Politikası	16,17,19,20,21,25,26,27,28	0,903
2	Kart Politikası	23,40,41,42,43,44	0,824
3	Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	18,29,30,39	0,701
4	Tahsis Politikası	22,31,32,33	0,685
5	Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	35,37,38	0,621

Hizmet ve Ürün Politikası dokuz maddeden oluşmaktadır ve bu maddeler kendi aralarında ($\alpha=0,903$) gibi yüksek bir güvenilirlik derecesine sahiptir. Kart Politikası altı maddeden oluşmakta ve faktörün güvenilirlik katsayısı ($\alpha=0,824$) olup yüksek derecede güvenilir bulunmuştur. Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı dört maddeden oluşmakta ve bu dört maddenin güvenilirlik katsayısı ($\alpha=0,701$) dir. Tahsis Politikası faktörü de dört maddeden oluşmakta ve ($\alpha=0,685$)'dir. Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları üç maddeden oluşmaktadır ve güvenilirlik katsayısı ($\alpha=0,621$)'dir.

Tüm faktörler de güvenilirlik katsayıları yüksek olduğundan tamamı analiz yapmak için uygun görülmüştür.

Faktör analizi ile toplam varyansın % 59,338'ini açıklayan anlamlı beş boyut (faktör) elde edilmiştir.

Elde ettiğimiz faktör yükleri, varyans yüzdeleri ve Cronbach's Alpha katsayıları Tablo 3.14, 3.15, 3.16, 3.17 ve 3.18'de gösterilmiştir.

Tablo 3.14: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

FAKTÖR 1: Katılım Bankaları Tercihinin Hizmet ve Ürün Politikası		
Varyans %18,079		Alfa Katsayısı: ,903
		Faktör
1	Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilir.	,742
2	Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel	,711
3	Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetini sunmaktadır.	,688
4	Personel ve Hizmet kalitesi yönünden iyidir.	,668
5	Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.	,654
6	Çalıştığım bankamın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.	,640
7	Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak	,601
8	Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.	,596
9	Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.	,514

Birinci faktör, Hizmet ve Ürün Politikası'dır. Güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,903 olan bu faktör, toplam varyansın %18,079'unu açıklar ve 9 değişkenden oluşur. Faktörü oluşturan değişkenler Bireysel müşterin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmelerini etkileyen hizmet ve ürün politikalarıdır. Faktöre en büyük katkıyı "Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilir." (faktör yükü 0,742) sağlamaktadır. En az katkıyı faktöre "Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder." (faktör yükü 0,514) sağlar.

Tablo 3.15: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

FAKTÖR 2: Kart Politikası			
Varyans %12,698		Alfa Katsayısı: ,824	Faktör
1	ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.		,726
2	ATM ağı geniştir.		,722
3	Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.		,658
4	Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.		,649
5	ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.		,612
6	Şube ağı geniştir.		,593

İkinci faktör, Kart Politikası'dır. Bu faktör 6 değişkenden oluşur. Faktör kendi arasında 0,824 güvenilirliğe sahiptir. Toplam varyansın %12,698'ini açıklar. Faktöre en büyük katkıyı "ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir." (faktör yükü 0,726) değişkeni sağlar. En az katkıyı ise "Şube ağı geniştir." (faktör yükü 0,593) değişkeni sağlamaktadır.

Tablo 3.16: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

FAKTÖR 3: Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı			
Varyans %12,532		Alfa Katsayısı: ,701	Faktör
1	TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.		,721
2	Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih		,596
3	Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.		,596
4	Bankamın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva)		,587

Üçüncü faktör, Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı'dır. Faktör 4 faktörden meydana gelir. Kendi içinde 0,701 güvenilirliğe sahiptir. Toplam varyansın %12,532'sini açıklamaktadır. Faktöre en yüksek katkıyı "TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir." (faktör yükü 0,721), en az katkıyı "Bankamın ürünlerinin İslami

açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.” (faktör yükü 0,587) sağlamaktadır.

Tablo 3.17: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

FAKTÖR 4: Tahsis Politikası			
Varyans %9,675		Alfa Katsayısı: ,685	Faktör
1	Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az		,734
2	Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.		,685
3	Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.		,640
4	Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim		,505

Dördüncü faktör, Tahsis Politikası’dır ve 4 değişkenden oluşmaktadır. Kendi içinde 0,685 güvenilirliğe sahiptir ve toplam varyansın %9,675’ini açıklamaktadır. Faktöre en büyük katkıyı “Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.” (faktör yükü 0,734), en az katkıyı “Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiştir.” (faktör yükü 0,505) sağlamaktadır.

Tablo 3.18: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

FAKTÖR 5: Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları			
Varyans: %6,354		Alfa Katsayısı: ,621	Faktör
1	Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da		,533
2	Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.		,623
3	Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.		,737

Beşinci faktör, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları’dır. Üç değişkenden meydana gelir. Kendi içinde 0,621 güvenilirliğe sahiptir. Toplam varyansın %6,354’ünü açıklamaktadır. Faktöre en büyük katkıyı “Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.” (faktör yükü 0,737), en az katkıyı “Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır.” (faktör yükü 0,533) sağlamaktadır. Faktörlere yönelik değişkenler incelendiğinde, genellikle bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmelerine ilişkin değerlendirmeleri desteklemektedir.

3.2.4. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etme İle İlgili Yargılara Verdiği Yanıtlar

Aşağıda verilen Tablo 3.19’da, müşterilerin beşli likert ölçekli sorulara verdiği yanıtların sayısal ve yüzdesel olarak tablosu verilmiştir.

Tablo 3.19: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri İle İlgili Yargılara Verdiği Yanıtların Dağılımı Tablosu

YARGILAR	Tamamen Katılıyorum		Katılıyorum		Fikrim Yok		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetini sunmaktadır.	123	30,8	205	51,2	32	8,0	35	8,8	5	1,3	400	100,0
Personel ve Hizmet kalitesi yönünden iyidir.	139	34,8	194	48,5	18	4,5	35	8,8	14	3,5	400	100,0
Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkilidir.	167	41,8	163	40,8	19	4,8	44	11,0	7	1,8	400	100,0
Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel bulunmaktadır.	85	21,3	201	50,2	58	14,5	49	12,3	7	1,8	400	100,0
Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir.	46	11,5	102	25,5	204	51,0	43	10,8	5	1,3	400	100,0
Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilmektedir.	57	14,2	198	49,5	35	8,8	94	23,5	16	4,0	400	100,0
Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiştir.	30	7,5	91	22,8	166	41,5	83	20,8	30	7,5	400	100,0
Şube ağı geniştir.	112	28,0	172	43,0	39	9,8	66	16,5	11	2,8	400	100,0
Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir.	112	28,0	173	43,3	34	8,5	70	17,5	11	2,8	400	100,0
Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.	128	32,0	172	43,0	75	18,8	19	4,8	6	1,5	400	100,0
Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.	131	32,8	175	43,8	36	9,0	47	11,8	11	2,8	400	100,0
Çalıştığım bankanın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.	99	24,8	212	53,0	33	8,3	46	11,5	10	2,5	400	100,0
Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.	52	13,0	174	43,5	126	31,5	40	10,0	8	2,0	400	100,0
TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.	139	34,8	163	40,8	39	9,8	53	13,3	6	1,5	400	100,0
Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.	230	57,5	109	27,3	42	10,5	14	3,5	5	1,3	400	100,0
Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.	41	10,3	130	32,5	185	46,3	37	9,3	7	1,8	400	100,0
Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.	22	5,5	48	12,0	250	62,5	69	17,3	11	2,8	400	100,0
Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.	11	2,8	66	16,5	115	28,7	174	43,5	34	8,5	400	100,0
Limit tahsis etmede sadece gelir dikkate alınmamakta aynı zamanda faydaları ve tehditleri de ele alınmaktadır.	28	7,0	105	26,3	208	52,0	52	13,0	7	1,8	400	100,0
Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır.	37	9,3	94	23,5	48	12,0	169	42,3	52	13,0	400	100,0
Geciken – unutulmuş borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır.	86	21,5	188	47,0	35	8,8	81	20,3	10	2,5	400	100,0
Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.	36	9,0	178	44,5	32	8,0	132	33,0	22	5,5	400	100,0
Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.	24	6,0	41	10,3	264	66,0	56	14,0	15	3,8	400	100,0
Bankanın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.	167	41,8	81	20,3	113	28,2	27	6,8	12	3,0	400	100,0

Tablo 3.19 (devamı): Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri İle İlgili Yargılara Verdiği Yanıtların Dağılımı Tablosu

YARGILAR	Tamamen Katılıyorum		Katılıyorum		Fikrim Yok		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
ATM ağı geniştir.	141	35,3	145	36,3	28	7,0	72	18,0	14	3,5	400	100,0
ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.	158	39,5	204	51,0	21	5,3	12	3,0	5	1,3	400	100,0
ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.	143	35,8	204	51,0	26	6,5	26	6,5	1	0,3	400	100,0
Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.	125	31,3	200	50,0	17	4,3	50	12,5	8	2,0	400	100,0
Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.	166	41,5	184	46,0	23	5,8	21	5,3	6	1,5	400	100,0

3.2.5 Genel Ortalamadan Farklılığını İnceleyen Tek Örneklem Analizi

İki grubun ortalaması tek örneklem t testi ile karşılaştırılıp, aradaki fark istatistiksel olarak mı yoksa rastlantısal olarak mı anlamlı olduğuna karar verilmektedir. T dağılımı diğer bir ifadeyle küçük örnekleme teorisi, küçük örneklerle de çalışmaya uygun olduğundan, araştırmacılar açısından kolaylık sağlar, Bu analiz Tablo 3.20'de verilmiştir.

Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerinin grup ortalaması olan 2,34'ten istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için t testi uygulanmış ve bu uygulama tabloda gösterilmiştir.

Tablo 3.20: Katılım Bankacılığını Tercih Etme Nedenlerinin Genel Ortalamadan Farklılığını İnceleyen Tek Örneklem Analizi

	Kişi Sayısı	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (P)
Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetini sunmaktadır.	400	1,99	,923	43,013	0,000
Personel ve Hizmet kalitesi yönünden iyidir.	400	1,98	1,029	38,421	0,000
Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkilidir.	400	1,90	1,027	37,034	0,000
Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel bulunmaktadır.	400	2,23	,977	45,651	0,000
Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir.	400	2,65	,866	61,137	0,000
Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilmektedir.	400	2,54	1,117	45,404	0,000
Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiştir.	400	2,98	1,018	58,522	0,000
Şube ağı geniştir.	400	2,23	1,111	40,130	0,000
Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir.	400	2,24	1,122	39,878	0,000
Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.	400	2,01	,914	43,951	0,000
Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.	400	2,08	1,064	39,109	0,000
Çalıştığım bankamın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.	400	2,14	,999	42,845	0,000
Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.	400	2,45	,911	53,706	0,000
TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.	400	2,06	1,053	39,120	0,000
Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.	400	1,64	,896	36,545	0,000
Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.	400	2,60	,859	60,500	0,000
Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.	400	3,00	,790	75,889	0,000
Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.	400	3,39	,951	71,203	0,000
Limit tahsis etmede sadece gelir dikkate alınmamakta aynı zamanda faydaları ve tehditleri de ele alınmaktadır.	400	2,76	,829	66,619	0,000
Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır.	400	3,26	1,217	53,594	0,000
Geciken – unutulmuş borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır.	400	2,35	1,103	42,662	0,000
Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.	400	2,82	1,151	48,927	0,000
Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.	400	2,99	,796	75,164	0,000
Bankamın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.	400	2,09	1,111	37,614	0,000
ATM ağı geniştir.	400	2,18	1,111	36,531	0,000
ATM kartımı alışverişlerde kullanabilirim.	400	1,76	,788	44,522	0,000
ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.	400	1,85	,826	44,660	0,000
Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.	400	2,04	1,018	40,085	0,000
Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.	400	1,79	,881	40,687	0,000

Test Ortalaması = 2.34

Yüzde 95 güven düzeyine göre yaptığımız t testinde 29 maddenin tamamı , $\alpha=0,05$ düzeyinde anlamlı çıkmıştır.

29 yargıdan meydana gelen ölçekte müşteriler her bir yargıya 1= Kesinlikle katılıyorum ile 5= Kesinlikle katılmıyorum arasında değer vermişlerdir. Grafikte yer alan ortalama değerleri aşağıdaki şekilde yorumlamak mümkündür.

$1,00 \leq \text{Ortalama} < 1,50$ ise Kesinlikle Katılıyorum.

$1,50 \leq \text{Ortalama} < 2,50$ ise Katılıyorum.

$2,50 \leq \text{Ortalama} < 3,50$ ise Kararsızım.

$3,50 \leq \text{Ortalama} < 4,50$ ise Katılmıyorum.

$4,50 \leq \text{Ortalama} \leq 5,00$ ise Kesinlikle Katılmıyorum.

Tabloya göre 29 ifadenin 20 tanesinin ortalama eğilimi 1,50 - 2,50 aralığında, 9 tanesi de 2,50 - 3,50 aralığında yer almaktadır. 3,5 – 4,5 aralığında yer alan ifade bulunmamaktadır. Müşterilerin büyük çoğunluğu kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebepleri ile ilgili ifadelere katılmaktadır.

3.2.6. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercihine Etki Eden Faktörlerin Önem Düzeyine Göre Değerlendirilmesi

Araştırmanın sonucunda katılımcıların katılım bankalarını tercih etmelerine etki eden sebeplerin önem düzeyine göre değerlendirme sonuçları Tablo 3.21’de verilmiştir. Katılım bankalarını tercih etme sebeplerinin önem düzeylerine göre değerlendirilmesinde kümele analizinden faydalanılmıştır. Kümeleme analizinin kullanılmasındaki asıl amaç araştırmanın sonunda elde edilen yargıların temel özellikleri göz önüne alınarak katılımcıların gruplandırılmasını ve önem düzeyini belirlemektir. Analiz sırasındaki yargılarda; 1: Çok önemli, 2: Önemli ve 3: Daha az önemli olacak şekilde gruplandırılmıştır.

Tablo 3.21: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerine Etki Eden Faktörlerin Önem Düzeylerine Göre Değerlendirilmesi

Yargılar	Önem Düzeyi		
	1	2	3
Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.	1,64		
ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.	1,76		
Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.	1,79		
ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.	1,84		
Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkilidir.	1,90		
Personel ve Hizmet kalitesi yönünden iyidir.	1,98		
Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetini sunmaktadır.	1,99		
Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.		2,01	
Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.		2,04	
TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.		2,06	
Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.		2,08	
Bankanın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.		2,09	
Çalıştığım bankanın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.		2,14	
ATM ağı geniştir.		2,18	
Şube ağı geniştir.		2,23	
Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel bulunmaktadır.		2,23	
Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir.		2,24	
Geciken – unutulmuş borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır.		2,35	
Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.		2,45	
Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilmektedir.		2,54	
Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.		2,60	
Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir.		2,65	
Limit tahsis etmede sadece gelir dikkate alınmamakta aynı zamanda faydaları ve tehditleri de ele alınmaktadır.		2,76	
Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.		2,82	
Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiştir.		2,98	
Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.		2,99	
Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.			3,00
Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır.			3,26
Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.			3,38

Katılım bankası tercihini etkileyen faktörler arasında ankete katılan müşteriler, “Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.” yargısına çok yüksek oranda önem vermektedirler. Katılımcılar “Faizsiz bankacılık uygulamasının müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahip olması”, “ATM kartının alışverişlerde kullanılabilmesi”, “Banka kartlarının alışveriş bakımından

kullanıma uygun olması”, “ATM’lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemlerin rahatlıkla yapılabilmesi”, “Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkili olması”, “Personel ve Hizmet kalitesi yönünden iyi olması” ve “Çalışmakta olduğum bankamın her türlü bankacılık hizmetini sunuyor olması” birinci derecede önemli olarak görülmektedir.

Katılımcılar ikinci dereceden önemli olarak ise “Teknolojik gelişmeleri yakından takip etmesi”, “Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekte olmam”, “TV reklamlarının etkisinin müşterileri olumlu yönde etkilemesi”, “Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamakta olması”, “Bankamın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulunun bulunması”, “Çalıştığım bankamın internet şubesinin her türlü ihtiyacımı karşılaması”, “ATM ağı genişliği”, “Şube ağı geniş olması”, “Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel bulunması”, “Bankanın iş yerine olan yakınlığının müşterilerin tercih etmesinde etkili olması”, “Geciken – unutulmuş borçlar için hemen hatırlatma yapılması”, “Bankanın sunduğu ürün çeşitliliğinin yeterli düzeyde olması” , “Müşteri işlemlerinin çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilmesi” , “Finansman tahsisinde iş akışının hızliliği”, “Finansman ve fon fiyatlamasının sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeyde olması”, “Limit tahsis etmede sadece gelir dikkate alınmamakta aynı zamanda faydaları ve tehditleri de ele alınmakta olması”, “Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklı olması”, “Kriz zamanlarında finansman fiyatlamasının sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiş olması” ve “Finansman oranlarında değişikliğe gitmemesi” katılım bankacılığını tercih etme sebebi olarak ileri sürmüşlerdir.

Katılımcılara göre bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerine etki eden faktörler içinde üçüncü dereceden önemli olarak ise “Finansman tahsis politikalarının ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmesi” , “Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınıyor olması” ve “Finansman sağlamada istenen evrak ve belgelerin fazla olmaması” gibi yargılar sayılmıştır.

3.2.7. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin şiddetini ve yönünü gösterir. Pozitif katsayılı korelasyonlar arasında aynı yönlü, negatif yönlü katsayılar arasında ise zıt yönlü ilişki vardır. Aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı p değerinden anlaşılır. Eğer $p < 0,05$ ise iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır.

3.2.8. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Tercihlerini Etkileyen Faktörler Arası Korelasyon Analizi

Tablo 3.22’de bireysel müşterilerin kredi kullarımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerini oluşturan faktörler arasındaki ilişkinin şiddeti ve yönünü gösteren korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3.22: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Korelasyon Analizi Tablosu

		Hizmet ve Ürün Politikası Ortalama	Kart Politikası Ortalama	Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı Politikası Ortalama	Tahsis Politikası Ortalama	Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları Ortalama
Hizmet ve Ürün Politikası Ortalama	r	1				
	p					
Kart Politikası Ortalama	r	,631(**)	1			
	p	,000				
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı Politikası Ortalama	r	,570(**)	,447(**)	1		
	p	,000	,000			
Tahsis Politikası Ortalama	r	,468(**)	,340(**)	,193(**)	1	
	p	,000	,000	,000		
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları Ortalama	r	,403(**)	,276(**)	,202(**)	,462(**)	1
	p	,000	,000	,000	,000	

** 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır.

3.2.9. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Tercihlerini Etkileyen Bağımlı Değişkenler Arasındaki İlişkiler

Araştırmada yapılan hipotezlerde değişkenleri belirlemede değişkenler arası ilişkileri (çapraz korelasyon katsayıları) açıklamada Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Ölçeklerden aldığımız puanlar sürekli değişken olarak ele alınmıştır. Çapraz korelasyon analizine göre değişkenlerin arasında istatistiksel açıdan pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Değişkenler arasında korelasyon değerleri veri alınarak istatistiksel hipotezler oluşturulmuştur. İstatistiksel hipotezler için post hoc (tukey) testi ve ANOVA testi uygulanmıştır. Korelasyon analizi sonuçlarıyla hipotezleri test etme sonucu elde edilen bulgular aynı yönde gözlenmiştir.

Sonuç itibariyle korelasyon analizine göre tüm faktörler arasında korelasyon katsayıları pozitif yönde bulunmuştur. Ayrıca faktörlerin tümü arasındaki ilişkide anlamlılık değerleri $p < 0,05$ bulunmuştur. Faktörlerin tümü arasında anlamlı ve aynı yönlü ilişki vardır. Diğer bir ifadeyle bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme faktörlerinden birine olan eğilim arttığında diğer faktörlere olan eğilimde anlamlı olarak artmaktadır.

Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankası tercihlerini etkileyen değişkenler arası ilişkiler Tablo 3.23'te verilmiştir.

3.3. Hipotez Testleri

T (Student) testi, iki örneklem grubu arasında ortalamalar bakımından fark olup olmadığını araştırmak için kullanılır. T testi için sıfır hipotezi ve alternatif hipotez aşağıdaki gibidir.

H_0 : İki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark yoktur.

H_1 : İki grubun ortalamaları arasında anlamlı fark vardır.

İkiden fazla grup ortalaması karşılaştırılacaksa F (Varyans) Testi uygulanır. İkiden fazla grubun ortalaması arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test eden F testi hipotezi aşağıdaki gibidir.

H_0 : $\mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_N$ ortalamalar arasında fark yoktur.

H_1 : Ortalamalardan en az ikisi arasında anlamlı fark vardır.

Bu bölümde, araştırmaya katılan katılım bankacılığı hizmet ve uygulamaları için algı düzeylerinin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek, gelir özelliklerine göre anlamlı bir fark olup olmadığını test eden T Testi ve F Testi sonuçları bulunmaktadır.

%95 güven düzeyinde anlamlılık düzeyi = 0,05 anlamlılıkla test edilen T ve F testine göre anlamlılık sütununda yer alan değer $p < 0,05$ ise H_0 hipotezi reddedilir, $p > 0,05$ ise H_0 hipotezi kabul edilir.

3.3.1. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Cinsiyete Göre Farklılık Analizi

Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankaları tercih etmesinde, bankaların hizmet ve uygulamaları bakımından göstermiş oldukları farklılıkları cinsiyete göre incelemek amacıyla yapılan t testi aşağıda Tablo 3.24'te gösterilmiştir.

Tablo 3.24: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Cinsiyete Göre Farklılığını İnceleyen t Testi

Faktörler	Cinsiyet	n	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (p)
Hizmet ve Ürün Politikası	Bay	190	2,1830	,75261	-1,149	0,251
	Bayan	210	2,2677	,72102		
Kart Politikası	Bay	190	2,0026	,72140	,756	0,450
	Bayan	210	1,9484	,71169		
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	Bay	190	1,8526	,73373	-1,790	0,074
	Bayan	210	1,9857	,75006		
Tahsis Politikası	Bay	190	3,0276	,70633	1,099	0,272
	Bayan	210	2,9560	,59716		
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	Bay	190	2,9982	,78455	-,623	0,534
	Bayan	210	3,0460	,74891		

Erkek müşterilerin kart politikası faktörleri (2,0026) ve tahsis politikası faktörleri (3,0276) ile algıları bayan müşterilere göre daha düşüktür. Bayan müşterilerinse hizmet ve ürün politikası faktörleri (2,2677), faizsizlik prensibi ve tanıtımı faktörleri (1,9857) ve alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları faktörleri (3,0460) ile algıları erkek müşterilere göre biraz daha düşük düzeydedir. Ancak tüm faktörlerde anlamlılık değerleri $p > 0,05$ olduğundan H_0 hipotezi kabul edilir. Bireysel müşterilerin katılım bankası hizmet ve uygulamalarıyla ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermez.

Tablo 3.25: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Cinsiyete Göre Hipotez Durumları

Faktörler	Hipotezler	Hipotez Red/Kabul
Hizmet ve Ürün Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Kart Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	H_0 : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Tahsis Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	H_0 : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterir.	RED

3.3.2. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Müşterilerin Yaşlarına Göre Farklılıklarının Analizi

Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmesinde bankaların hizmet ve uygulamaları bakımından gösterdikleri farklılıkları müşterilerin yaşına göre incelemek için yapılan ANOVA testi Tablo 3.26’da gösterilmiştir.

Tablo 3.26: Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Hizmet ve Uygulamalar İle İlgili Algılarının Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen Anova Testi Bulguları

Faktörler	ANOVA					tukey testi					
	Yaş	N	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (p)	18-25	26-35	36-45	46-55	56 ve üzeri
Hizmet Ürün Politikası	18-25	86	2,4160	,81919	3,046	0,017		,23673	,28489	,06962	,44935
	26-35	132	2,1793	,63490			-,23673	,04816	-,16711	,21263	
	36-45	111	2,1311	,66737			-,28489	-,04816	-,21527	,16446	
	46-55	51	2,3464	,90121			-,06962	,16711	,21527	,37974	
	56 ve üzeri	20	1,9667	,74326			-,44935	-,21263	-,16446	-,37974	
	Toplam	400	2,2275	,73648							
Kart Politikası	18-25	86	1,9845	,83769	1,183	0,318		,04889	,03254	-,17563	,15116
	26-35	132	1,9356	,57869			-,04889	-,01635	-,22452	,10227	
	36-45	111	1,9520	,64838			-,03254	,01635	-,20818	,11862	
	46-55	51	2,1601	,93152			,17563	,22452	,20818	,32680	
	56 ve üzeri	20	1,8333	,68612			-,15116	-,10227	-,11862	-,32680	
	Toplam	400	1,9742	,71593							
Faizsizlik Prensibi Tanıtımı	18-25	86	2,1977	,77090	5,121	0,000		,35108*	,40939*	,16336	,49767*
	26-35	132	1,8466	,68144			-,35108*	,05830	-,18772	,14659	
	36-45	111	1,7883	,69919			-,40939*	-,05830	-,24603	,08829	
	46-55	51	2,0343	,85003			-,16336	,18772	,24603	,33431	
	56 ve üzeri	20	1,7000	,68633			-,49767*	-,14659	-,08829	-,33431	
	Toplam	400	1,9225	,74440							
Tahsis Politikası	18-25	86	2,9128	,65728	0,755	0,555		-,06448	-,09622	-,19505	-,08721
	26-35	132	2,9773	,64089			,06448	-,03174	-,13057	-,02273	
	36-45	111	3,0090	,69079			,09622	,03174	-,09883	,00901	
	46-55	51	3,1078	,53911			,19505	,13057	,09883	,10784	
	56 ve üzeri	20	3,0000	,74339			,08721	,02273	-,00901	-,10784	
	Toplam	400	2,9900	,65146							
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	18-25	86	2,8217	,87178	2,683	0,031		-,21365	-,29541	-,36130	-,06163
	26-35	132	3,0354	,73013			,21365	-,08176	-,14765	,15202	
	36-45	111	3,1171	,69725			,29541	,08176	-,06589	,23378	
	46-55	51	3,1830	,75517			,36130	,14765	,06589	,29967	
	56 ve üzeri	20	2,8833	,76682			,06163	-,15202	-,23378	-,29967	
	Toplam	400	3,0233	,76545							

56 ve üzeri yaş grubu müşterilerde hizmet ve ürün politikasıyla ilgili algı düzeyleri (1,9667) diğer yaştakilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,017<0,05$ olduğundan dolayı H_0 hipotezi reddedilir. Bu yüzden bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikasıyla ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

56 ve üzeri yaş grubunda faizsizlik prensibi ve tanıtımıyla ilgili algı düzeyleri (1,7000) diğer yaştaki müşterilere göre yüksek düzeydedir. Anlamlılık değeri ise $p=0,000<0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilir. Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımıyla ilgili algıları yaşına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

18-25 yaş arası müşterilerde alternatif dağıtım ve tutundurma kanallarıyla ilgili algı düzeyleri (2,8217) diğer yaştakilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,031<0,05$ olduğu için H_0 hipotezi reddedilir. Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanallarıyla ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

56 ve üzeri yaş grubu müşterilerin “kart politikası” (1,8333), 18-25 yaş arası müşterilerde “tahsis politikası” (2,9128) ile ilgili algı düzeyleri diğer müşterilere göre daha yüksektir.

Hizmet ve ürün politikası, faizsizlik prensibi ve tanıtımı, alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları dışındaki diğer faktörler için anlamlılık değerleri $p>0,05$ olduğundan H_0 hipotezi kabul edilir ve bu faktörler için algı düzeyi yaşına göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Tukey testine göre Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı faktörleri için 18-25 yaş arası müşterilerde algı düzeyi daha düşük, 56 yaş ve üzeri olan müşterilerde algı düzeyi daha yüksek seviyededir. 18-25 arası müşteriler ile 56 yaş ve üzerinde olan müşterilerin algı düzeyleri arasındaki fark yaş faktörüne göre Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı faktöründe anlamlı farklılık göstermiştir ($p=0,000<0,05$). Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Yaşa Göre Hipotez durumları ise Tablo 3.27’de açıklanmıştır.

Tablo 3.27: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Yaşa Göre Hipotez Durumları

Faktörler	Hipotezler	Hipotez Red/Kabul
Hizmet ve Ürün Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL
Kart Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	H_0 : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL
Tahsis Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	H_0 : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL

3.3.3. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Medeni Durumlarına Göre Farklılıklarının Testi

Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmede bankaların hizmet ve uygulamaları bakımından gösterdikleri farklılıkları müşterilerin medeni durumuna göre incelemek amacıyla yapılan t testi bulguları Tablo 3.28'de gösterilmiştir.

Tablo 3.28: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Medeni Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen t Testi

Faktörler	Medeni Durum	n	Ortalama	Std. Sapma	t	Anlamlılık (p)																																									
Hizmet ve Ürün Politikası	Evli	236	2,1695	,68734	-1,896	0,059																																									
	Bekar	164	2,3110	,79670			Kart Politikası	Evli	236	1,9767	,68334	,085	0,933	Bekar	164	1,9705	,76252	Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	Evli	236	1,8305	,73794	-2,994	0,003	Bekar	164	2,0549	,73583	Tahsis Politikası	Evli	236	3,0604	,59368	2,611	0,009	Bekar	164	2,8887	,71640	Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	Evli	236	3,0862	,68597	1,976	0,49	Bekar
Kart Politikası	Evli	236	1,9767	,68334	,085	0,933																																									
	Bekar	164	1,9705	,76252			Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	Evli	236	1,8305	,73794	-2,994	0,003	Bekar	164	2,0549	,73583	Tahsis Politikası	Evli	236	3,0604	,59368	2,611	0,009	Bekar	164	2,8887	,71640	Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	Evli	236	3,0862	,68597	1,976	0,49	Bekar	164	2,9329	,86133								
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	Evli	236	1,8305	,73794	-2,994	0,003																																									
	Bekar	164	2,0549	,73583			Tahsis Politikası	Evli	236	3,0604	,59368	2,611	0,009	Bekar	164	2,8887	,71640	Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	Evli	236	3,0862	,68597	1,976	0,49	Bekar	164	2,9329	,86133																			
Tahsis Politikası	Evli	236	3,0604	,59368	2,611	0,009																																									
	Bekar	164	2,8887	,71640			Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	Evli	236	3,0862	,68597	1,976	0,49	Bekar	164	2,9329	,86133																														
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	Evli	236	3,0862	,68597	1,976	0,49																																									
	Bekar	164	2,9329	,86133																																											

Faizsizlik prensibi ve tanıtımıyla ilgili algı düzeyi evli müşterilerde (1,8305) bekar müşterilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,003<0,05$ olduğundan faizsizlik prensibi ve tanıtımı için H_0 hipotezi reddedilir. Bundan dolayı, faizsizlik prensibi ve tanıtımıyla ilgili algıları medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Bekar müşterilerin tahsis politikasıyla ilgili algıları (2,8887) evli müşterilere göre daha yüksektir. Aradaki fark ise anlamlılık değerinin $p=0,009<0,05$ olması nedeniyle anlamlıdır ve H_0 hipotezi reddedilir. Müşterilerin tahsis politikasıyla ilgili algıları medeni duruma göre anlamlı farklılık gösterir.

Hizmet ve ürün politikası, kart politikası ve alternatif dağıtım ve tutundurma kanallarıyla ilgili algı düzeyleri müşterilerin medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu faktörlerde anlamlılık değeri $p>0,05$ olmasından dolayı H_0 hipotezi kabul edilir. Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamalarının Medeni Duruma Göre Hipotez durumları Tablo 3.29’da gösterilmiştir.

Tablo 3.29: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Medeni Duruma Göre Hipotez Durumları

Faktörler	Hipotezler	Hipotez Red/Kabul
Hizmet ve Ürün Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Kart Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	H_0 : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL
Tahsis Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	H_0 : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	RED

3.3.4. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Eğitim Durumlarına Göre Farklılıkları

Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmelerinde bankaların hizmet ve uygulamaları bakımından göstermiş oldukları farklılıkları müşterilerin eğitim durumuna göre incelemek için yapılan ANOVA testi bulguları Tablo 3.30'da gösterilmiştir.

Tablo 3.30: Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Eğitim Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi

Faktörler	Eğitim Durumu	ANOVA					tukey testi				
		N	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (p)	Ortaokul	Lise	Önlisans	Lisans	Lisans Üstü
Hizmet ve Ürün Politikası	Ortaokul	47	2,4043	,83965	2,548	0,039	-,12701	,12701	,03996	,29847	,27688
	Lise	105	2,2772	,77856				-,08705	,17146	,14988	
	Önlisans	61	2,3643	,86046				-,03996	,08705	,25851	,23693
	Lisans	146	2,1058	,60610				-,29847	-,17146	-,25851	-,02159
	Lisans Üstü	41	2,1274	,66739				-,27688	-,14988	-,23693	,02159
	Toplam	400	2,2275	,73648							
Kart Politikası	Ortaokul	47	2,1596	,82894	2,171	0,072	-,25164	,25164	,21968	,24177	-,02335
	Lise	105	1,9079	,69950				-,03195	-,00987	-,27499	
	Önlisans	61	1,9399	,67360				-,21968	,03195	,02208	-,24304
	Lisans	146	1,9178	,66386				-,24177	,00987	-,02208	-,26512
	Lisans Üstü	41	2,1829	,81377				,02335	,27499	,24304	,26512
	Toplam	400	1,9742	,71593							
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtım	Ortaokul	47	2,3032	,81417	5,463	0,000	-,36748*	,36748*	,25811	,51894*	,54100*
	Lise	105	1,9357	,77135				-,10937	,15147	,17352	
	Önlisans	61	2,0451	,84596				-,25811	,10937	,26084	,28289
	Lisans	146	1,7842	,58915				-,51894*	-,15147	-,26084	,02205
	Lisans Üstü	41	1,7622	,77248				-,54100*	-,17352	-,28289	-,02205
	Toplam	400	1,9225	,74440							
Tahsis Politikası	Ortaokul	47	3,0160	,55021	0,899	0,465	-,01261	-,01261	,16760	-,00117	,04035
	Lise	105	3,0286	,64703				,01261	,18021	,01145	,05296
	Önlisans	61	2,8484	,65077				-,16760	-,18021	-,16876	-,12725
	Lisans	146	3,0171	,68459				,00117	-,01145	,16876	,04151
	Lisans Üstü	41	2,9756	,65145				-,04035	-,05296	,12725	-,04151
	Toplam	400	2,9900	,65146							
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	Ortaokul	47	3,0922	,71796	2,702	0,030	-,10463	-,10463	,10313	,20635	,05155
	Lise	105	3,1968	,69905				,10463	,20775	,31098*	,15618
	Önlisans	61	2,9891	,74279				-,10313	-,20775	,10323	-,05158
	Lisans	146	2,8858	,79985				-,20635	,31098*	-,10323	-,15481
	Lisans Üstü	41	3,0407	,82393				-,05155	-,15617	,05158	,15481
	Toplam	400	3,0233	,76545							

Lisans eğitimine sahip müşterilerin hizmet ve ürün politikasıyla ilgili algıları (2,1058) diğer müşterilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,039<0,05$ olması nedeniyle H_0 hipotezi reddedilir. Bu sebeple, müşterilerin hizmet ve ürün politikasıyla ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Lisans üstü eğitime sahip müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımıyla ilgili algıları (1,7622) diğer müşterilere göre yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,000<0,05$ olması sebebiyle anlamlıdır ve H_0 hipotezi reddedilir.

Alternatif dağıtım ve tutundurma kanallarıyla ilgili algı düzeyi lisans eğitimine sahip kişilerde (2,8858) diğerlerine göre daha yüksek düzeydedir. Aradaki fark $p=0,030<0,05$ olduğundan anlamlıdır ve H_0 hipotezi reddedilir.

Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı faktörünün algı düzeyi ortaokul eğitimine sahip müşterilerde diğer müşterilere göre daha düşüktür. Aradaki farkın $p=0,000<0,05$ olması nedeniyle anlamlıdır (H_0 hipotezi reddedilir). Tukey testine göre ortaokul, lise, lisans ve lisansüstü mezunu müşterilerin algı düzeyi arasındaki fark eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Diğer bir faktör olan Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanallarına göre lise ve lisans mezunu müşterilerin algı düzeyi arasındaki fark eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterir. Algı düzeyi lise mezunu olan müşterilerde lisans mezunu müşterilere göre daha düşüktür. Aradaki farkın $p=0,030<0,05$ olması nedeniyle anlamlıdır.

Kart politikası ($p=0,072$), tahsis politikası ($p=0,465$) faktörleri için anlamlılık değerleri $p>0,05$ olduğundan bu faktörler için H_0 hipotezi kabul edilir. Bu yüzden, müşterilerin kart politikası ve tahsis politikasıyla ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamalarının Eğitim Durumuna Göre Hipotez durumları Tablo 3.31’de verilmiştir.

Tablo 3.31: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Eğitim Durumuna Göre Hipotez Durumları

Faktörler	Hipotezler	Hipotez Red/Kabul
Hizmet ve Ürün Politikası	H₀ : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H₁ : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL
Kart Politikası	H₀ : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H₁ : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	H₀ : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H₁ : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL
Tahsis Politikası	H₀ : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H₁ : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	H₀ : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermez. H₁ : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL

3.3.5. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Mesleklerine Göre Farklılıklarının Analizi

Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmesinde bankaların hizmet ve uygulamaları bakımından göstermiş oldukları farklılıkları müşterilerin eğitim durumlarına göre incelemek için yapılan ANOVA testi bulguları Tablo 3.32’de gösterilmiştir.

Tablo 3.32: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Mesleğine Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi Bulguları

Faktörler	Meslek	ANOVA				tukey testi					
		N	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (p)	Öğrenci/Çalışmıyor	Kamu Sektörü	Özel Sektör	Emekli	Esnaf/Serbest Meslek
Hizmet ve Ürün Politikası	Öğrenci/Çalışmıyor	125	2,3822	,84389	3,028	0,018		,31041*	,21598	-,02841	,22553
	Kamu Sektörü	82	2,0718	,61490				-,31041*	-,09443	-,33881	-,08488
	Özel Sektör	131	2,1662	,62708				-,21598	,09443	-,24439	,00955
	Emekli	23	2,4106	,80014				,02841	,33881	,24439	,25393
	Esnaf/Serbest Meslek	39	2,1567	,82470				-,22553	,08488	-,00955	-,25393
	Toplam	400	2,2275	,73648							
Kart Politikası	Öğrenci/Çalışmıyor	125	1,9880	,78121	,218	0,928		-,03639	,05416	,01699	,02646
	Kamu Sektörü	82	2,0244	,72725				,03639	,09055	,05338	,06285
	Özel Sektör	131	1,9338	,64704				-,05416	-,09055	-,03717	-,02770
	Emekli	23	1,9710	,71005				-,01699	-,05338	,03717	,00948
	Esnaf/Serbest Meslek	39	1,9615	,72594				-,02646	-,06285	,02770	-,00948
	Toplam	400	1,9742	,71593							
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	Öğrenci/Çalışmıyor	125	2,1800	,78069	7,978	0,000		,53061*	,26206*	,54957*	,32103
	Kamu Sektörü	82	1,6494	,69817				-,53061*	-,26855	,01896	-,20958
	Özel Sektör	131	1,9179	,69507				-,26206*	,26855	,28750	,05896
	Emekli	23	1,6304	,63007				-,54957*	-,01896	-,28750	-,22854
	Esnaf/Serbest Meslek	39	1,8590	,68776				-,32103	,20958	-,05896	,22854
	Toplam	400	1,9225	,74440							
Tahsis Politikası	Öğrenci/Çalışmıyor	125	2,9420	,63985	3,809	0,005		-,23178	,00307	-,28626	,15354
	Kamu Sektörü	82	3,1738	,54389				,23178	,23485	-,05448	,38532*
	Özel Sektör	131	2,9389	,68014				-,00307	-,23485	-,28933	,15047
	Emekli	23	3,2283	,66106				,28626	,05448	,28933	,43980
	Esnaf/Serbest Meslek	39	2,7885	,69901				-,15354	-,38532*	-,15047	-,43980
	Toplam	400	2,9900	,65146							
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	Öğrenci/Çalışmıyor	125	2,9867	,83859	1,966	0,099		-,01740	,03247	-,27420	-,28684
	Kamu Sektörü	82	3,0041	,70952				,01740	,04987	-,25680	-,26944
	Özel Sektör	131	2,9542	,75985				-,03247	-,04987	-,30667	-,31931
	Emekli	23	3,2609	,67387				,27420	,25680	,30667	-,01263
	Esnaf/Serbest Meslek	39	3,2735	,65280				,28684	,26944	,31931	,01263
	Toplam	400	3,0233	,76545							

Kamu sektörü çalışanlarının hizmet ve ürün politikasıyla ilgili algıları (2,0718) diğer müşterilere göre daha yüksek seviyededir. Anlamlılık değeri $p=0,018<0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilir. Bu sebeple, müşterilerin hizmet ve ürün politikasıyla ilgili algıları mesleklerine göre anlamlı farklılık gösterir.

Faizsizlik prensibi ve tanıtımıyla ilgili algı düzeyi emekli olan müşterilerde (1,6304) diğerlerine göre daha yüksek seviyededir. Aradaki fark anlamlılık değerinin $p=0,000<0,05$ olması sebebiyle anlamlıdır ve H_0 hipotezi reddedilir.

Tahsis politikasıyla ilgili algı düzeyi esnaf veya serbest meslek çalışanlarında (2,7885) diğerlerine göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,005<0,05$ olmasından dolayı H_0 hipotezi reddedilir. Müşterilerin tahsis politikasıyla ilgili algıları mesleklerine göre anlamlıdır.

Tukey testine göre Hizmet ve Ürün Politikası faktörünün algı düzeyi emekli olan müşterilerde kamu sektörü çalışanlarına göre daha düşük seviyededir. Aradaki fark $p=0,018<0,05$ olmasından dolayı anlamlıdır. Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı faktöründe de algı düzeyi öğrenci ya da çalışmayan müşterilerde diğer müşterilere göre daha düşük seviyededir. Aradaki fark da $p=0,000<0,05$ olduğundan dolayı anlamlı farklılık gösterir. Diğer bir faktör olan Tahsis Politikasında algı emekli olan müşterilerde esnaf/serbest meslek çalışanlarına göre daha düşük düzeydedir. Aradaki fark $p=0,005<0,05$ 'dir ve anlamlı farklılık göstermektedir.

Kart politikası ($p=0,928$), alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ($p=0,099$) faktörlerinde anlamlılık değerleri $p>0,05$ olduğundan bu faktörler için H_0 hipotezi kabul edilir. Bu yüzden, kart politikası, alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları mesleklerine göre anlamlı farklılık göstermez. Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları Meslek Durumuna Göre Hipotez durumları Tablo 3.33'te açıklanmıştır.

Tablo 3.33: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Mesleğe Göre Hipotez Durumları

Faktörler	Hipotezler	Hipotez Red/Kabul
Hizmet ve Ürün Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL
Kart Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık gösterir.	RED
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	H_0 : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL
Tahsis Politikası	H_0 : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık gösterir.	KABUL
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	H_0 : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık göstermez. H_1 : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları mesleğine göre anlamlı farklılık gösterir.	RED

3.3.6. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Gelir Durumlarına Göre Farklılıklarının ANOVA ile Analizi

Bireysel müşterilerin kredi kullarımlarında katılım bankalarını tercih etmesinde bankaların hizmet ve uygulamaları bakımından gösterdikleri farklılıkları, müşterilerin gelir durumuna göre incelemek amacıyla yapılan ANOVA testi bulguları Tablo 3.34'te verilmiştir.

Tablo 3.34: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Gelir Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi

Faktörler	ANOVA					tukey testi					
	Gelir Durumu	N	Ortalama	Std. Sapma	F	Anlamlılık (p)	0-1500	1.501-2.500	2.501-3.500	3.501-5.000	5.001 ve üzeri
Hizmet ve Ürün Politikası	0-1500	121	2,4031	,79932	3,512	0,008		,14071	,29093*	,36423*	,23646
	1501-2500	94	2,2624	,72355			-,14071	,15022	,22352	,09574	
	2501-3500	103	2,1122	,69083			-,29093*	-,15022	,07330	-,05448	
	3501-5000	60	2,0389	,61468			-,36423*	-,22352	-,07330	-,12778	
	5.001 ve üzeri	22	2,1667	,77645			-,23646	-,09574	,05448	,12778	
	Toplam	400	2,2275	,73648							
Kart Politikası	0-1500	121	1,9945	,76071	0,541	0,706		,04414	,08349	-,03329	-,11915
	1501-2500	94	1,9504	,74769			-,04414	,03935	-,07742	-,16328	
	2501-3500	103	1,9110	,61296			-,08349	-,03935	-,11677	-,20263	
	3501-5000	60	2,0278	,65395			,03329	,07742	,11677	-,08586	
	5.001 ve üzeri	22	2,1136	,93631			,11915	,16328	,20263	,08586	
	Toplam	400	1,9742	,71593							
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	0-1500	121	2,1653	,73566	7,831	0,000		,15465	,39102*	,51946*	,50620*
	1501-2500	94	2,0106	,75573			-,15465	,23637	,36480*	,35155	
	2501-3500	103	1,7743	,68556			-,39102*	-,23637	,12844	,11518	
	3501-5000	60	1,6458	,63495			-,51946*	-,36480*	-,12844	-,01326	
	5.001 ve üzeri	22	1,6591	,84707			-,50620*	-,35155	-,11518	,01326	
	Toplam	400	1,9225	,74440							
Tahsis Politikası	0-1500	121	2,9174	,61947	1,489	0,205		-,03211	-,09478	-,15764	-,30992
	1501-2500	94	2,9495	,66456			,03211	-,06267	-,12553	-,27780	
	2501-3500	103	3,0121	,61773			,09478	,06267	-,06286	-,21514	
	3501-5000	60	3,0750	,75254			,15764	,12553	,06286	-,15227	
	5.001 ve üzeri	22	3,2273	,59216			,30992	,27780	,21514	,15227	
	Toplam	400	2,9900	,65146							
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	0-1500	121	2,9752	,83684	1,292	0,273		-,03189	-,12188	,05298	-,31267
	1501-2500	94	3,0071	,79871			,03189	-,09000	,08487	-,28079	
	2501-3500	103	3,0971	,64614			,12188	,09000	,17487	-,19079	
	3501-5000	60	2,9222	,72969			-,05298	-,08487	-,17487	-,36566	
	5.001 ve üzeri	22	3,2879	,79878			,31267	,28079	,19079	,36566	
	Toplam	400	3,0233	,76545							

Hizmet ve ürün politikası ile ilgili algı düzeyi aylık geliri 3501-5000 TL olan müşterilerde (2,0389) en yüksek düzeyde, 0-1500 TL olan müşterilerde (2,4031) düşük düzeydedir. Anlamlılık değeri $p=0,008<0,05$ olmasından dolayı H_0 hipotezi reddedilir. Müşterilerin hizmet ve ürün politikasıyla ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık gösterir.

Tukey testine göre Hizmet ve Ürün Politikası algı düzeylerinin anlamlı farklılık göstermesine sebep olan gelir grupları arasındaki fark $p=0,008<0,05$ olmasından dolayı anlamlıdır. Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı faktörünün gelir grupları arasındaki farkı ise $p=0,000<0,05$ 'dir ve anlamlı farklılık göstermektedir.

Faizsizlik prensibi ve tanıtımıyla ilgili algı düzeyi 3501-5000 TL olan müşterilerde (1,6458) diğer müşterilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,000<0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilir. Bundan dolayı müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hizmet ve ürün politikası, faizsizlik prensibi ve tanıtımı dışındaki faktörlerde anlamlılık değeri $p>0,05$ olduğundan diğer faktörler için H_0 hipotezi kabul edilir. Tablo 3.35'te Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamalarının Bireysel Müşterilerin Gelir Durumuna Göre hipotez durumları verilmiştir.

Tablo 3.35: Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaların Bireysel Müşterilerin Gelir Durumuna Göre Hipotez Durumları

Faktörler	Hipotezler	Hipotez Red/Kabul
Hizmet ve Ürün Politikası	H₀ : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermez . H₁ : Bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık gösterir .	KABUL
Kart Politikası	H₀ : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermez . H₁ : Bireysel müşterilerin kart politikası ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık gösterir .	RED
Faizsizlik Prensibi ve Tanıtım	H₀ : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermez . H₁ : Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık gösterir .	KABUL
Tahsis Politikası	H₀ : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermez . H₁ : Bireysel müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık gösterir .	RED
Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	H₀ : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermez . H₁ : Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık gösterir .	RED

Araştırma bulgularında, bireysel müşterilerin demografik özelliklerinin katılım bankası tercihlerini etkilediği sonucuna varılmıştır. Araştırmanın boyutları arasında yer alan “Hizmet ve ürün politikası” ve “Faizsizlik prensibi ve tanıtımı” faktörleri katılım bankası tercihinde daha önemli olduğu yapılan istatistiksel analizler sonucu ortaya çıkmıştır. Varyans analizi ile test edilmiş ilişkiyel hipotezlerin kabul / red durumları Tablo 3.36’da verilmiştir.

Tablo 3.36: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankası Tercihinde Demografik Özellikler İle Araştırmanın Boyutları Arasındaki İlişkilerin Hipotez Durumları

No	Faktörler	Hipotezlerin Kabul / Ret Durumu					
		Cinsiyet	Yaş	Eğitim Düzeyi	Gelir Düzeyi	Meslek	Medeni Durum
1	Hizmet ve Ürün Politikası	RED	KABUL	KABUL	KABUL	KABUL	RED
2	Kart Politikası	RED	RED	RED	RED	RED	RED
3	Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı	RED	KABUL	KABUL	KABUL	KABUL	KABUL
4	Tahsis Politikası	RED	RED	RED	RED	KABUL	KABUL
5	Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları	RED	KABUL	KABUL	RED	RED	RED

Tablo 3.36’da görüldüğü üzere “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Tahsis Politikası” ve “Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları” faktörleri bireysel müşterilerin demografik özellikleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Katılım bankaları sunduğu hizmetleri bireysel

müşterilerin demografik özelliklerine göre şekillendirdikçe, bireysel müşterilerin katılım bankalarıyla çalışma yönündeki tercihlerini arttırma eğilimi gösterecektir. Dolayısıyla “H₁: Bireysel müşterilerin demografik özellikleri (bağımsız değişkenler) ile Katılım bankası tercihinde etkili olan faktörler (bağımlı değişkenler) arasında anlamlı bir ilişki vardır”, hipotezi kabul edilmiştir. Bireysel müşterilerin demografik özellikleriyle araştırmanın boyutları arasındaki ilişkilere yönelik hipotezler ve analiz bulguları Tablo 3.37’de verilmiştir.

Tablo 3.37: Bireysel Müşterilerin Katılım Bankası Tercihinde Demografik Özellikler ile Araştırmanın Boyutları Arasındaki İlişkilere İlişkin Hipotezler

NO	HİPOTEZLER	Kabul/Red
1	H ₀ : Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankası tercihinin Hizmet ve	KABUL
2	H ₀ : Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankası tercihinin Kart Politikası	RED
3	H ₀ : Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankası tercihinin Faizsizlik	KABUL
4	H ₀ : Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankası tercihinin Tahsis	KABUL
5	H ₀ : Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankası tercihinin Alternatif	KABUL

Tablo 3.37’de beş faktörün kabul/red durumları gösterilmiştir. İkinci faktör hariç diğer dört faktörde hipotez kabul edilmiştir. İkinci faktörün hipotezi ise reddedilmiştir. Hizmet ve Ürün Politikası, Faizsizlik Prensipleri ve Tanıtımı, Tahsis Politikası ve Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları faktörlerinin, bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankası tercihinin etkili olduğu görülmüştür. Kart Politikası faktörü bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankası tercihinin etkilememektedir.

3.3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmamızda tüm araştırmalardaki gibi çeşitli metodolojik sınırlamalar yer almaktadır. Tezin uygulamasında sadece demografik bilgilerden yararlanılmıştır.

Katılım bankasıyla çalışmayanlar araştırmanın dışında bırakılmıştır. Yapılan araştırmada araştırma evreninin tamamına ulaşmak zaman, maliyet ve emek açısından zor olduğundan, örnekleme metodu benimsenmiştir ve araştırmanın evreni Bolu ilinde bulunan katılım bankası müşterisi 450 bireysel müşteri ile sınırlandırılmıştır.

IV. BÖLÜM

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Katılım bankası 16 Aralık 1983 tarihinde ve 83/7506 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla “Özel Finans Kurumları” kararnamesi yayınlanmıştır. 1999’dan sonra düzenlenen 4491 sayılı Kanunla 4389 Sayılı Bakanlar Yasası’na tabii olmuştur. 12 Mayıs 2001 tarih ve 4672 Sayılı Bankalar Kanunu’nda yapılan değişiklik ile cari ve katılım hesaplarında toplanan tasarrufların güvence altına alınması amaçlanmıştır. Özel Finans Kurumları Birliği aracılığıyla Yönetmeliğe bağlı kalınarak “Güvence Fonu” oluşturulmuştur. 18.9.2002 tarih ve 24880 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanıp yürürlüğe girmiştir.

Faizsiz bankacılık Türkiye ve Dünyada giderek yaygınlaşmış ve ekonomide önemli bir yer edinmiştir. Bunun birçok nedeni vardır. Müşterilerin tasarruflarını faizsiz olarak değerlendirebilmesi için Katılım Bankaları talep edilmektedir. Klasik bankalarda yatırımlarını değerlendiren bireysel ve ticari müşterilerde Katılım Bankalarını tercih edebilmektedir. Günümüzde Katılım Bankacılığının verdiği hizmetlerden yararlanan çok sayıda müşteri bulunmaktadır.

Daha önce bireysel müşterilere yönelik çalışmalar yapılmıştır fakat bireysel müşterilerin kredi kullanımındaki katılım bankası tercihine yönelik yapılmış çalışma bulunmamaktadır.

Yaptığımız çalışmada çıkan sonuçlarda dini, ekonomik ve politik nedenler müşterilerin katılım bankalarını tercih etmesinde etkili faktörlerdir.

Araştırmada bazı sorular geliştirilmiş ve geliştirilen bu sorulara cevaplar aranmıştır. Bahsi geçen sorular aşağıda verilmiştir:

- Bireysel müşterilerin kredi kullarımlarında katılım bankalarını tercih etme sebeplerine etki eden faktörler nelerdir?
- Katılım bankalarını, tercih edilme nedenlerine göre demografik özellikler bakımından bireysel müşterileri gruplandırabilir miyiz?
- Eğer gruplandırma yapılır ise, yapılan gruplandırmanın temel ayırt edici özellikleri nelerdir?
- Demografik özellikler açısından, gruplandırmanın sonunda oluşan faktörler (gruplar) arasında belirgin bir fark var mıdır?
- Bireysel müşterilerin demografik özellikleri ile katılım bankasının hizmeti arasında ilişki var mıdır?

Araştırma kapsamında yapılan istatistiksel testlerle elde edilen bulgular doğrultusunda yukarıda verilen araştırma soruları cevaplandırılmak istenmiştir. Katılım bankalarının bireysel müşterilerin kredi kullarımlarında katılım bankalarını tercih etmelerine sebep olan gerekçeler bulunmakta ve araştırmanın kısıtları açıklanarak ileride bu alanda yapılacak çalışmalar için öneriler sunulmaktadır.

Katılım bankaları kendileri için uygun ve doğru müşterileri işletmesine kazandırmak ve müşterilerini kaybetmemek için uğraşmaktadır. Bunun içinde müşterilerin ihtiyaçlarını ve onları nelerin daha çok etkilediğini izleyip öğrenen sistemler oluşturmaları gerekmektedir.

Günümüzde bankalar arasında rekabet çok artmıştır. Katılım bankaları da kendi aralarında rekabet halindedir. Bankalar müşterileri bankasına kazandırmak için farklılıklar yaratarak onları müşterileri yapmak istemektedirler. Farklılık yaratmaları yeterli olmayarak bununla birlikte sadık müşteri yapabileme yöntemleri de geliştirmektedirler.

Müşterilerin sadakatini güçlü kılmmanın yolu, rakip olan bankalara gitmesini engelleyici tedbirler almaktır. Burada sadık olan müşterilere avantajlı ürünler

sunulmakta ve sadık müşterilerde rakip bankalardan gelen bazı teklifleri geri çevirmektedir.

Yapılan araştırmada, bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmelerini etkileyen sebeplerin neler olduğu ile ilgili sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda katılım bankasını tercih eden müşterilerin demografik değişkenleriyle katılım bankası tercihinine etki eden faktörler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı test edilmiştir.

Araştırmada veriler için, beşli likert tipi ölçek kullanılarak kapalı uçlu sorularla Bolu ilinde anket yöntemi uygulanmıştır. Uygulanan örneklem seçiminde hedef farklı segmentleri tespit etmektir. Anket iki bölümden oluşur ve 44 soru yer almaktadır.

Verilerin analizinde SPSS programından yararlanılmıştır. İstatistiksel verileri elde etmede örneklem bilgilerini sayısal olarak özetleyebilmek için betimleyici analiz, ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliğini tespit etmede faktör analizi, değişkenlerin orta değerden farklı olup olmadığını ölçmek için t testi, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkinin derecesini ölçmek için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Kredi kullanımında katılım bankası tercihinin etkileyen faktörlerin demografik değişkenlere göre (bağımsız değişken) farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için varyans analizi uygulanmıştır. Varyans analizi sonucunun farklı olması durumunda, bu farklılığın hangi iki değişkenden kaynaklandığını belirleyebilmek için Post Hoc (tukey) testi yapılmıştır.

Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankasını tercih etmesine yönelik yargıların ortalaması 2,34'tür. İstatistiki açıdan farklı olup olmadığını test etmek için t testi yapılmıştır. Önem düzeyinin belirlenmesinde beşli likert tipi ölçekten faydalanılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etmesini etkileyen ilk beş özellik;

- Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.
- ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.

- Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.
- ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.
- Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkilidir.

Bireylerin giderek artan istek ve ihtiyaçları gelişen makroekonomik faktörlerle katılım bankalarının verdiği hizmeti gelişime ve değişime zorlamaktadır.

Örnekleme yeterlilik testi sonucunda KMO (Kaiser Meyer Olkin) değeri 0,917 bulunmuştur. Bulunan değer örnekleme büyüklüğünün yeterli olduğunu ve verilerin faktör analizi için iyi bir şekilde kullanılabileceğini gösterir. Beş farklı faktör yükü belirlenmiştir ve bu faktör yüklerinden en yüksek olanı alınmıştır.

Ürün ve hizmet politikası faktörü 9 maddeden oluşmaktadır ve kendi aralarında $\alpha=0,903$ gibi yüksek güvenilirliğe sahiptir. İkinci faktör olan Kart politikası ise 6 değişkenden oluşur ve $\alpha=0,824$ güvenilir bulunmuştur. 4 faktörden oluşan Faizsizlik prensibi ve tanıtımının güvenilirliği $\alpha=0,701$ 'dir. Dördüncü faktör olan Tahsis politikası ise 4 değişkenden oluşur. Güvenilirlik katsayısı ise $\alpha=0,685$ 'tir. Beşinci faktör ise Alternatif dağıtım ve tutundurma kanallarıdır. 3 faktörden oluşur ve güvenilirliği $\alpha=0,621$ 'dir.

Faktörlerin tamamının güvenilirlik katsayıları yüksek olduğundan analiz yapmaya uygundur.

Araştırmada yer alan kredi kullanımında katılım bankası tercihi, bireysel müşterilerin demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için araştırma verilerine post hoc (tukey) testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanarak değişkenler arasında karşılaştırma yapılmıştır.

Erkek müşterilerin kart politikası faktörleri ve tahsis politikası faktörleriyle ilgili algıları bayan müşterilere göre düşüktür. Bayan müşterilerin ise hizmet ve ürün

politikası faktörleri, faizsizlik prensibi ve tanıtımı faktörleri ve alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları faktörleriyle ilgili algıları erkek müşterilere göre daha düşük düzeydedir. Ancak tüm faktörlerde anlamlılık değerleri $p>0,05$ olduğundan H_0 hipotezi kabul edilir. Bireysel müşterilerin katılım bankası hizmet ve uygulamalarıyla ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermez.

56 ve üzeri yaş grubu müşterilerde hizmet ve ürün politikası ile ilgili algı düzeyleri diğer yaştaki müşterilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,017<0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilir. Bu nedenle bireysel müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık göstermektedir. 56 ve üzeri yaş grubunda faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algı düzeyleri diğer yaştaki müşterilere göre yüksek düzeydedir. Anlamlılık değeri $p=0,000<0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilir. Bireysel müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları yaşına göre anlamlı farklılık göstermektedir. 18-25 yaş arası müşterilerde alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algı düzeyleri diğer yaştaki müşterilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,031<0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilir. Bireysel müşterilerin alternatif dağıtım ve tutundurma kanallarıyla ilgili algıları yaşa göre anlamlı farklılık gösterir. Tukey testine göre Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı faktörleri için 18-25 yaş arası müşterilerde algı düzeyi daha düşük, 56 yaş ve üzeri olan müşterilerde algı düzeyi daha yüksek düzeydedir. 18-25 arası müşteriler ile 56 yaş ve üzerinde olan müşterilerin algı düzeyleri arasındaki fark yaş faktörüne göre Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı faktöründe anlamlı farklılık göstermiştir ($p=0,000<0,05$).

Faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algı düzeyi evli müşterilerde bekar müşterilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,003<0,05$ olduğundan faizsizlik prensibi ve tanıtımı için H_0 hipotezi reddedilir. Bundan dolayı, faizsizlik prensibi ve tanıtımıyla ilgili algıları medeni duruma göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bekar müşterilerin tahsis politikasıyla ilgili algıları evli müşterilere göre yüksektir. Aradaki fark ise anlamlılık değerinin $p=0,009<0,05$ olması sebebiyle anlamlıdır ve H_0 hipotezi reddedilir. Müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları medeni duruma göre anlamlı farklılık gösterir.

Lisans eğitimine sahip müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları diğer müşterilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,039<0,05$ olması sebebiyle H_0 hipotezi reddedilir. Bu sebeple, müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Lisansüstü eğitime sahip müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımıyla ilgili algıları diğer müşterilere göre yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,000<0,05$ olması nedeniyle anlamlıdır ve H_0 hipotezi reddedilir. Alternatif dağıtım ve tutundurma kanallarıyla ilgili algı düzeyi lisans eğitimine sahip müşterilerde diğer müşterilere göre daha yüksektir. Aradaki fark $p=0,030<0,05$ olduğundan dolayı anlamlıdır ve H_0 hipotezi reddedilir.

Kamu sektörü çalışanlarının hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları diğer müşterilere göre daha yüksek seviyededir. Anlamlılık değeri $p=0,018<0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilir. Bu nedenle, müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları mesleklerine göre anlamlı farklılık gösterir. Faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algı düzeyi emekli olan müşterilerde diğer müşterilere göre daha yüksek düzeydedir. Aradaki fark anlamlılık değerinin $p=0,000<0,05$ olması nedeniyle anlamlıdır ve H_0 hipotezi reddedilir. Tahsis politikası ile ilgili algı düzeyi esnaf veya serbest meslek çalışanlarında diğer müşterilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,005<0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilir. Müşterilerin tahsis politikası ile ilgili algıları mesleklerine göre anlamlıdır.

Hizmet ve ürün politikasıyla ilgili algı düzeyi aylık geliri 3501-5000 TL olan müşterilerde en yüksek düzeyde, 0-1500 TL olan müşterilerde düşük düzeydedir. Anlamlılık değeri $p=0,008<0,05$ olması sebebiyle H_0 hipotezi reddedilir. Müşterilerin hizmet ve ürün politikası ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık gösterir. Faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algı düzeyi 3501-5000 TL olan müşterilerde diğer müşterilere göre daha yüksektir. Anlamlılık değeri $p=0,000<0,05$ olduğundan H_0 hipotezi reddedilir. Bundan dolayı müşterilerin faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir. Tukey testine göre Hizmet ve Ürün Politikası algı düzeylerinin anlamlı farklılık göstermesine neden olan gelir grupları arasındaki fark $p=0,008<0,05$ olması sebebiyle anlamlıdır. Faizsizlik Prensibi

ve Tanıtımı faktörünün gelir grupları arasındaki farkı ise $p=0,000<0,05$ 'dir ve anlamlı farklılık göstermektedir.

Araştırma verilerine göre, bireysel müşterilerin demografik özelliklerinin faktörlerden dolayı farklılık göstermiş olması katılım bankalarının dikkat etmesi gereken hususlarından biridir. Farklı demografik özelliklere sahip olan müşteriler, kendilerine sunulan hizmeti farklı şekilde algılayabilirler. Müşteriler arasında oluşan bu algı farklılığı kimi müşteride olumlu kimi müşteride de olumsuz etki yapabilir. Bu nedenle ürün yöneticilerinin bu algı farklılığının önüne geçebilmesi için demografik özelliklerden kaynaklanan farklılıkları göz önünde tutması gerekir.

Katılım bankaları ile çalışan bireysel müşterilerin teknolojiye dayalı dağıtım kanallarından yararlanma oranları giderek artmaktadır. Alternatif dağıtım kanalları oluşturmak isteyen katılım bankaları bunun sonucu olarak da ek maliyetlere katlanmak zorundadırlar. Katlanılan maliyetleri verimli olarak kullanılabilmeleri için bireysel müşterileri yakından takip etmeleri gerekir.

Çalışmamızdaki bulgulara aşağıdaki öneriler yapılabilir:

- Katılım bankaları, müşterilerin şikayet ve önerilerini belirleyerek banka tarafından görüşlerinin değer gördüğünü hissettirmeleri açısından önemlidir. Bu da katılım bankalarını tercih etmelerinde olumlu etki yaratacaktır. Bunun içinde bankanın, yüz yüze veya anket yoluyla müşterilerle görüşerek müşterilerin görüş ve önerilerine başvurabilirler.
- Klasik bankalar ile karşılaştığımızda katılım bankalarının şube sayısı ve atm sayısı daha azdır. Katılımcıların işlemlerini daha kolay halledebilmeleri için yapılacak atm sayılarındaki artış, müşteri sayısında da artış sağlayabilir.
- Çalışmada sadece anket tekniğinden yararlanılmıştır. Farklı şekilde sonuç almak isteyen araştırmacılar çalışmalarında farklı teknik yöntemler kullanabilirler.
- Bireysel kredilerde bulunan imza ve evrak yükü azaltılabilir.
- Kart tahsis politikaları geliştirilerek, uygulanan politika yapısı biraz daha esnek hale getirilip kredi hacimleri büyütülebilir.

- Kartla ilgili yapılan işlemler bayanların daha çok tercih alanına girmektedir. Cinsiyet ayırt etmeksizin banka kartlarıyla ilgili müşterilere daha çok tanıtım yapılarak avantajlı paketler sunulabilir.
- Faizsizlik konusuna yaş grubu yüksek olanlar daha çok ilgi göstermektedir. Bu durumda bankalar gençlerin de ilgisini çekeceklerini, güvenini ve beklentilerini karşılayacaklarını kendilerine amaç edinebilirler.
- Evli müşterilerde bekarlara oranla faiz hassasiyeti daha fazladır. Bu konuda bekar ve genç müşterilere kredinin katılım bankasında nasıl bir yere sahip olduğu ile ilgili bilgilendirmeler yapılabilir.
- Lisans mezunu kişilerde hizmet ve ürün politikalarına yönelik algı daha yüksektir. Bankaların eğitim gözetmeksizin her kesimden ve her eğitim durumuna sahip kişilere daha akıcı ve yalın bir anlatımla bankanın işleyişi ile ilgili bilgilendirmeler yapılabilir.
- Faiz konusunda emekli kişiler daha çok hassas oldukları için katılım bankalarını daha çok talep etmektedirler. Emeklilere yönelik kredi işlemlerinde kolaylık yapılırsa müşterinin ilgisi katılım bankalarına daha fazla olacaktır.
- Öğrenciler katılım bankaları hakkında daha az bilgiye sahip ve daha az katılım bankalarını tercih etmektedirler. Öğrencilere yönelik kredi kartı uygulamalarında değişik uygulamalara gidilebilir.
- Faizsiz bankacılık kuruluşlarının sayıları artırılarak insanlar tarafından daha çok bilinip tercih edilmesi sağlanabilir.
- Müşteri ve personel arasında samimi, nezaket, güven ve hoşgörü çerçevesinde bir ilişki oluşturulabilmesi için personele bu konuda eğitim verilebilir.
- Banka müşteriye, yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve gelirini ayırt etmeksizin kampanyalar düzenleyerek bankasına çekmeye çalışmalıdır. Müşterinin memnun olması durumunda banka için devamlı müşteri haline gelebilir.
- Katılım bankalarını uzun yıllar kredi için tercih eden müşterilerin ödüllendirilmesi müşterinin tatmin düzeyini etkiler ve daha uzun yıllar bankanın devamlı müşterisi haline gelebilir.

Sonuç olarak ele aldığımızda, insanların yaşam tarzına dayalı araştırmalara günümüzde daha çok rastlanmaktadır. Bu araştırmalar bireylerin neyi, neden ve nasıl satın aldıklarını algılayabilmek için uygulanmaktadır. Bu sebeple çalışmada, katılım bankası bireysel müşterilerinin kredi kullarımlarında katılım bankasını tercih etmede demografik özelliklerin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak bu durum, katılım bankasının tercih nedenlerini tespit etmede yeterli değildir. İleride yapılacak olan çalışmalarda, bireysel müşterilerle ilgili olarak yaşam tarzları ve demografik özellikleri gibi nedenlerden dolayı katılım bankalarını tercih etmelerine yönelik araştırmalar yapılabilir. Araştırmada, Bolu ilinde faaliyet gösteren katılım bankalarının bireysel müşterileri ana kütle olarak ele alınmıştır. Türkiye genelini temsil etmiyor olsa da ilerde yapılabilecek çalışmalara yardımcı kaynak oluşturabilmek amaçlanmıştır. İlerde yapılması istenilen araştırmalarda kurumsal müşterileri ana kütleyle dahil edip bireysel müşterilerle karşılaştırma yapılabilir. Araştırmada kullanılan anketler sadece Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olan bireysel müşterilere uygulanmıştır. Ancak farklı ülke vatandaşlarına da anket uygulaması yapılabilir. Böylece demografik özellikler ve kültürel yapılardan kaynaklanan etkiler de karşılaştırılabilir

KAYNAKLAR

5411 Sayılı Bankacılık Kanunu, Madde 48.

Akcan, A. Tayfur (2012). *Faizsiz Bankacılık Sisteminin Bankacılık Sistemi İçindeki Yeri: Türkiye’de Karşılaştırmalı Genel Durum Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. Uşak: Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akgüç, Öztin (1989). *100 Soruda Türkiye’de Bankacılık*. Ankara: Gerçek Yayınevi.

Akın, Cihangir (1986). *Faizsiz Bankacılık ve Kalkınma*. İstanbul: Kayıhan Yayınları.

Akyüz, Osman (2008). “Türk Finans Sisteminde Katılım Bankaları”. *Sunumu*. İstanbul: Genel Sekreter Türkiye Katılım Bankaları Birliği.

Altay, Erdinç (2015). *Bankacılıkta Risk*. İstanbul: Derin Yayınları.

Altay, Oğuzhan (2006). *Türk Bankacılık Sistemi*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.

Anaç, Turhan (2015). *Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etmesini Etkileyen Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Türk Hava Kurumu Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı.

Atmaca, Emre (2013). *Türk Bankacılık Sektöründe Yabancı Sermayeli Bankaların Yeri ve Finansal Performanslarının Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Aydemir, Namık (2004). *Dünden Bugüne Türkiye’de Bankacılık*. Ankara: Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Derneği Yayınları.

- Aydın, Nurhan (2006). *Bankacılık Uygulamaları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aykent, İrfan (1970). *Planlı Kalkınma Döneminde Türk Bankacılığı*. Ankara: Ege Matbaası.
- Battal, Ahmet (2004). *Bankalar Kanunu Şerhi*. Ankara: Gazi Kitabevi
- BDDK (2001). “*Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı*”. http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/Diger_Raporlar/15279C8914BD.pdf, 4 Şubat 2019’da erişildi.
- Bolay, H. Cahide (1991). “Türk Bankacılık Tarihi”. *TBB Yayınları Bankacılık Dergisi* 5: 49.
- Bozdemir, Timur (2007). *Türk Bankacılığının Tarihsel Gelişimi ve Reel Sektöre Katkısına İlişkin Bir Araştırma*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Canbaz, M. Fatih (2013). *Katılım Bankacılığı’nın Türk Bankacılık Sistemindeki Yeri, Çalışma Şekli, Enstrümanları ve Performans Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. Kırklareli: Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Canbaz, Mustafa (2014). “Katılım Bankacılığı ve Türkiye’deki Gelişimi”. *Bankacılık Giriş ve İlkeleri*. Ed. Ferudun Kaya. İstanbul: Beta Yayınevi. 149-241.
- Canbaz, Mustafa (2016). *Katılım Bankacılığı*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Çambel, Hakan (2017). “Katılım Bankaları Tarafından Uygulanan Fon Toplama ve Fon Kullandırma Yöntem ve Esasları”. *Katılım Bankacılığı*. Ed. Ferudun Kaya. İstanbul: Beta Yayınevi. 139.

- Çayır, Öykü (2015). *Türkiye'deki Banka Kredilerinin Gelişimi ve Tekstil Sektöründe Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Finans Enstitüsü Uluslararası Bankacılık Ve Finans Anabilim Dalı.
- Çelik, Süleyman ve Doğan, İrfan (2017). "Katılım Bankacılığının Doğuşu ve Tarihsel Gelişimi". *Katılım Bankacılığı*. Ed. Ferudun Kaya. İstanbul: Beta Yayınevi. 39.
- Çivi, Halil (1985). *Türkiye'de Bankacılık Teori Uygulama ve Sonuçlar*. Ankara: Fon Matbaası.
- Dikkaya, Mehmet ve Kutval, Yunus (2014). *Katılım Bankacılığı Türkiye Örneği*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- Doğan, İ. Çağrı (2013). *Katılım Bankaları Performans Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ekren, Nazım ve Emiral, Fatih (2002). "Türk Bankacılık Sistemindeki Etkinlik Analizi (Veri Zarflama Analizi Uygulaması)". *Active Bankacılık ve Finans Dergisi* 24: 6-27.
- Erdem, Ekrem (2006). *Para Banka ve Finansal Sistem*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ergan M. ve AYTEKİN M. (2000). "Özel Finans Kurumları". *Eko Vitrin Dergisi*.
- Eskici, M. Mürsel (2007). *Türkiye'de Katılım Bankacılığı Uygulaması ve Katılım Bankaları'nın Müşteri Özellikleri*. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Günel, Mehmet (2007). *Para, Banka ve Finansal Sistem*, Ankara: Yeni Dönem Yayınları.
- Güneş, Rabia (2015). *Katılım Bankalarında Kırmızı Çizgilerin Kamuoyundaki İmajı; Ankara Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

<http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/ilahiyat/article/viewFile/3056/2949>, 15 Mart 2019'da erişildi.

<http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/ilahiyat/article/viewFile/3056/2949>, 16 Mart 2019'da erişildi.

http://www.tmsf.org.tr/index.cfm?fuseaction=public.dsp_menu_content&menu_id=5#2, 9 Mart 2019'da erişildi.

<http://www.ziraatkatilim.com.tr/bankamiz/Sayfalar/hakkimizda.aspx>, 12 Mart 2019'da erişildi.

<https://www.albaraka.com.tr/ortaklik-yapisi.aspx>, 11 Mart 2019'da erişildi.

<https://www.albaraka.com.tr/ortaklik-yapisi.aspx>, 11 Mart 2019'da erişildi.

<https://www.kuveytturk.com.tr/hakkimizda/kuveyt-turk-hakkinda/gecmisten-bugune-kuveyt-turk>, 11 Mart 2019'da erişildi.

<https://www.kuveytturk.com.tr/hakkimizda/kuveyt-turk-hakkinda/gecmisten-bugune-kuveyt-turk>, 11 Mart 2019'da erişildi.

<https://www.nufusu.com.tr>, 17 Mart 2019'da erişildi.

<https://www.nufusu.com/il/bolu-nufusu>, 18 Mart 2019'da erişildi.

<https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri/sayfalar/ortaklik-yapisi.aspx>, 12 Mart 2019'da erişildi.

<https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri/sayfalar/ortaklik-yapisi.aspx>, 12 Mart 2019'da erişildi.

<https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/hakkimizda>, 13 Mart 2019'da erişildi.

- Karagülle, Süleyman (1993). *Alternatif Faizsiz Banka Selem ve Kredileşme*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Karakuş, Abdil (2006). *İslam Hukuk Kaynaklarındaki Faiz Kavramının Modern Ekonomi Bağlamında Yeniden Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karapınar, Aydın (2003). *Özel Finans Kurumları ve Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kaya, Ferudun (2008). *Kredi Kartları ve Bireysel Müşterilerin Kredi Kartı Tercihine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, Ömer (2010). *Katılım Bankacılığının Gelişimi ve Türk Bankacılık Sistemi İçerisindeki Etkinliğinin Araştırılması*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, Raci (2013). *Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankalarının Tercih Nedenleri ve Bir Araştırma*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Kazgan, Haydar (1997). *Osmanlıdan Cumhuriyete Türk Bankacılık Tarihi*. İstanbul: TBB Yayınları.
- Oksay, Serhan (2003). "Türk Bankacılık Sisteminin Gelişiminin, Dünya Bankacılık Sistemindeki Gelişmeler Işığında Değerlendirilmesi ve Günümüzde Yaşanan Yapısal Sorunların Tesbiti: 1908-1980 Dönemi". *Banka Mali ve Ekonomik Yorumlar Dergisi* 1:48.
- Orman, Sabri v.d. (1992). İslam ve Diğer Sistemlerde Faiz, "Para, Faiz ve İslam". *Tartışmalı İlmî Toplantılar Dizisi 4*. İstanbul: İslami İlimler Araştırma Vakfı Yayınları 11: 91.

- Öçal, Tezer (1973). *Türk Banka Sistemi*. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları.
- Öçal, Tezer ve Çolak, Ö. Faruk (1988). *Para-Banka*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Öçal, Tezer ve Çolak, Ö. Faruk (1999). *Finansal Sistem ve Bankalar*. Ankara: Nobel Kitabevi.
- Özcan, M. Emin ve Hazıroğlu, Temel (2000). “Bankacılıkta Yeni Bir Boyut: Katılım Bankacılığı”, *Türkiye’de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama*. İstanbul: Al Baraka Türk Yayınları. <http://www.tkbb.org.tr/Documents/KoseYazilari/20130725121444.pdf>, 8 Mart 2019’da erişildi.
- Özsoy, İsmail (1997). *Özel Finans Kurumları*. İstanbul: Asya Finans Yayınları.
- Parasız, İlker (1997). *Para Banka ve Finansal Piyasalar: Teori ve Politika*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Parasız, İlker (2000). *Modern Bankacılık Teori ve Uygulama*. İstanbul: Seçkin Dağıtım.
- Polat, Ali (2009). *Finansal Yenilik ve Amaçları İle Katılım Bankacılığı*. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği Yayınları, Erkan Matbaası.
- Sağlam, M. Hakan (2008). *Osmanlı’da Para ve Finansal Kredi*. İstanbul: Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Darphane.
- Sıddıki, N. Muhammed (1984). *İslam Ekonomi Düşüncesi*. Çev. Yaşar Kaplan. İstanbul: Bir Yayıncılık.
- Şahinkaya, Serdar (2002). “Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası’ndan Türkiye Kalkınma Bankası’na: 1975-2001 Döneminde Kurumsal Yapıdaki Temel Dönüşümler Üzerine Düşünceler ve Bazı Öneriler”. <http://content.csbs.utah.edu/~ehrbar/erc2002/pdf/P139.pdf>. 14 Mayıs 2019’da erişildi.

- Şakar, Birgül (2007). *Banka ve Kredileri Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Takan, Mehmet (2001). *Bankacılık Teori Uygulama ve Yönetim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- TCMB (2008). “*Dünden Bugüne Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası*”. http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/dundenbugune_TCMB.pdf, 2 Şubat 2019’da erişildi.
- Tok, Ahmet (2006). *Türk Hukukunda Katılım Bankalarının Fon Toplama ve Kullandırma İşlemleri ile Klasik Bankacılık İşlemleri*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tunç, Hüseyin (2016). *Katılım Bankacılığı Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Türkiye Bankalar Birliği (2008). “50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi 1958-2007”. *TBB Bankacılar Dergisi* 262:3.
- Türkiye Bankalar Birliği (2010). “*Bankalarımız Kitabı 2009*”. http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx, 12 Şubat 2019’da erişildi.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği (2009). “*Katılım Bankaları 2009*”. http://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/KATILIM_2009_TR_final.pdf, 14 Mart 2019’da erişildi.
- Türkmenoğlu, R. Ebru (2007). *Katılım Bankacılığı ve Türkiye’deki Finansal Yapı*. Yüksek Lisans Tezi. Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uçarkaya, Sinem (2006). *Kamu Bankalarının Bankacılık Sistemindeki Rolü*. Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü.

Ural, Mert (2003). “Finansal Krizler ve Türkiye”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 1(18):16-17.*

Uslu, Sami (2005). *İslam’da Faiz Yasağı ve Çağdaş Finans*. İstanbul: Zafer Yayınları.

Ustaoglu, Didar (2014). *Türkiye’de Katılım Bankacılığı Sektördeki Yeri ve Önemi*. Yüksek Lisans Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Vurucu, Mehmet ve Arı, M. Ufuk (2017). *Güncel Gelişmeler Işığında Bankacılıkta Kredi Bilgisi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık

www.tkbb.org.tr, 17 Mart 2019’da erişildi.

Yazıcı, Mehmet (2018). *Bankacılıkta Kredi Tahsisi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, Cevdet (1989). “Türkiye’de Kırsal Sanayinin Desteklenmesi ve İşçi Şirketleri Örneği”. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 1 (4): 305-333.*

Yığıtoğlu, A. İhsan (2005). “2001 Krizi Sonrası Dönemde Türkiye Ekonomisinin ve Bankacılık Sektörünün Değerlendirilmesi”. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/197578>, 20 Mart 2019’da erişildi.

Zarakolu, Avni (2003). *Bankacılar İçin Para ve Kredi Bilgisi*. Ankara: Bankacılık ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü



EKLER

Ek-1: Araştırma Anketi

Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri

A) Aşağıdaki sorulardan size en uygun olan seçeneğin ön tarafındaki kutucuğu yalnız bir kez <input checked="" type="checkbox"/> şeklinde işaretleyiniz.												
SORULAR	YANITLAR											
	A	(1)	B	(2)	C	(3)	D	(4)	E	(5)	F	(6)
1)Cinsiyetiniz?	A	Erkek	B	Kadın								
2)Medeni haliniz?	A	Evlü	B	Bekar								
3)Yaşınız?	A	18-25	B	26-35	C	36-45	D	46-55	E	56 ve üzeri		
4)Eğitim durumunuz?	A	Ortaokul	B	Lise	C	Ön Lisans	D	Lisans	E	Lisans Üstü		
5)Mesleğiniz nedir?	A	Öğrenci/ Çalışmıyor	B	Kamu sektörü	C	Özel sektör	D	Emekli	E	Esnaf/ Serbest mes.		
6)Ortalama aylık geliriniz?	A	0-1.500 TL	B	1.501-2.500 TL	C	2.501-3.500 TL	D	3.501-5.000 TL	E	5.001 ve üzeri		
7)Aile fert sayınız nedir?	A	Tek kişi	B	2-4 kişi	C	5-7 kişi	D	8 ve üzeri				
8) Katılım bankaları ile kaç yıldır çalışıyorsunuz?	A	0-1 yıl arası	B	1-3 yıl arası	C	3-5 yıl arası	D	5 yıldan fazla				
9) Kaç tane Katılım Bankası ile çalışıyorsunuz?	A	1	B	2	C	3	D	4	E	5		
10)Banka kart sayınız?	A	1	B	2	C	3	D	4	E	5 ve üzeri		
11) Katılım Bankaları'nın haricinde klasik bankalarla da yatırımlarınızı değerlendirme ve finansman sağlama amacıyla çalışıyor musunuz?									A	Evet	B	Hayır
12) Banka kartı ve Kredi kartı kullanıyor musunuz?									A	Evet	B	Hayır
13) Banka kartı ve Kredi kartı kullanmaktan memnun musunuz?									A	Evet	B	Hayır
14) Çalıştığınız Katılım Bankası'nın Kamu ve Özel olması önemli midir?									A	Evet	B	Hayır
15) Bankası'nın sermayedarlarının (sahiplerinin) Yerli veya Yabancı olmaları önemli midir	A	Yerli sermaye olmalı	B	Yabancı sermaye olmalı	C	Yerli ve Yabancı sermaye ortaklığı olmalı	D	Yerli veya Yabancı olması önemli değil				

	YARGILAR	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
	B) Hizmet Kalitesi					
16	Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetini sunmaktadır.					
17	Personel ve Hizmet kalitesi yönünden iyidir.					
18	Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkilidir.					
19	Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel bulunmaktadır.					
20	Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir.					
21	Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilir.					
22	Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiştir.					
23	Şube ağı geniştir.					
24	Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir.					
25	Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.					
26	Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.					
27	Çalıştığım bankamın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.					
28	Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.					
29	TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.					
	C) Finansman Tahsis Politikaları					
30	Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.					
31	Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.					
32	Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.					
33	Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.					
34	Limit tahsis etmede sadece gelir dikkate alınmamakta aynı zamanda faydaları ve tehditleri de ele alınmaktadır.					
35	Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır.					
36	Geciken – unutulmuş borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır.					
37	Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.					
38	Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.					
39	Bankamın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.					
	D) ATM/Banka Kartı					
40	ATM ağı geniştir.					
41	ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.					
42	ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.					
43	Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.					
44	Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.					