



**T.C.**  
**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**BANKACILIK VE FİNANS ANA BİLİM DALI**

**KATILIM BANKALARINDA MÜŞTERİ ALGISI ÜZERİNE BİR**  
**ARAŞTIRMA: AKSARAY İLİNDE BİR UYGULAMA**

Yüksek Lisans Tezi

Harun SERT

Danışman  
Dr. Öğr. Üyesi Ebrucan İSLAMOĞLU

Nevşehir  
Ağustos 2020

## BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Harun SERT



## TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK

“Katılım Bankalarında Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma: Aksaray İlinde Bir Uygulama” adlı Yüksek Lisans tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzu’na uygun olarak hazırlanmıştır.

Tezi Hazırlayan

Hakun SERT



Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Ebrucan

İSLAMOĞLU



Bankacılık ve Finans Ana Bilim Dalı Başkanı

Prof. Dr. Mehmet ÖCAL



## KABUL VE ONAY SAYFASI

Dr. Öğr. Üyesi Ebrucan İSLAMOĞLU danışmanlığında Harun SERT tarafından hazırlanan “Katılım Bankalarında Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma: Aksaray İlinde Bir Uygulama” adlı bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bankacılık ve Finans Ana Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

...../...../.....

### JÜRİ

Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Ebrucan İSLAMOĞLU

Üye : Doç. Dr. Ahmet TANÇ

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Murat SAĞIR

### İMZA

*Ebrucan*  
*Ahmet*  
*Murat*

### ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 04.09. / 2020 tarih ve 2020.36.236 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

14.08.2020

Prof. Dr. *Abdullah* *ÖKUTLU*  
Enstitü Müdürü

## TEŐEKKÖR

Çalışmanın hazırlanmasında, konusunun belirlenmesinden basım aşamasına kadar desteğini hiçbir Şekilde esirgemeyen danışman hocam sayın Ebrucan İSLAMOğLU'na çok teőekkÖr ediyorum. Bir teőekkÖrÜ de, iş ve akademik çalıőmalarım nedeniyle yeteri kadar zaman ayıramadığım sevgili eőim Meryem SERT ve çocuklarım Ramazan Aras SERT ile Habib Yiğit SERT'e ediyorum. İyi ki varsınız...



**KATILIM BANKALARINDA MÜŞTERİ ALGISİ ÜZERİNE BİR  
ARAŞTIRMA: AKSARAY İLİNDE BİR UYGULAMA**

**Harun SERT**

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Bankacılık Ve Finans Ana Bilim Dalı**

**Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Ebrucan İSLAMOĞLU**

**ÖZET**

Son dönemlerde yaşanan küresel finansal krizlerin de etkisiyle katılım bankacılığı sisteminin önemi giderek artmaktadır. Özellikle 2008 yılında yaşanan ABD ve Avrupa merkezli ekonomik kriz, finansal kesimde geleneksel bankacılığı ciddi manada tartışılır duruma getirmiştir. Diğer taraftan doğrudan reel işlemlerin finansmanı ile ilgilenen, spekülasyona kapalı yapısıyla dikkat çeken katılım bankacılığı popülaritesini artırmıştır. Bu bakımdan müşterilerin katılım bankacılığı sistem ve faaliyetlerine yönelik reaksiyon ve davranışlarını ölçmek, müşterilerin katılım bankacılığına yönelik algı ve yargılarını bilmek, katılım bankacılığının gelişimi açısından önemlidir. Katılım bankacılığı kavramı 2005 yılında yapılan 5411 sayılı bankacılık kanunu ile Türkiye’de mevzuata girmiştir. İslami bankacılığın Türkiye’deki geçmişi ise 1983’lü yıllara dayanmaktadır. Katılım bankacılığı 2005 yılında yapılan yasal düzenlemelerin de etkisiyle büyüme hızını yükseltmiştir ve günümüzde Türkiye ve Dünya’da daha fazla araştırma, daha fazla incelemenin konusu olmuştur.

Çalışmamızda katılım bankacılığının ve katılım bankalarının sunulan hizmetlerin müşteriler nezdinde oluşturduğu algı ölçülmeye çalışılmıştır. Bu minvalde Aksaray ilinde 415 kişi üzerinde bir anket çalışması yapılmıştır. Aksaray ilinin mevduat varlığı açısından iller bazında üst sıralarda olması ve Aksaray’da katılım bankaları açısından daha önce böyle bir çalışmanın yapılmamış olması, uygulamada bu ilin seçilmesinde etkili olmuştur. Anket çalışmamız iki bölümden oluşmuş olup çalışmamıza Szczepanowicz’in (2011) çalışması kaynaklık etmiştir. Sahada uygulanmış olan anketin sonuçları çıkartılıp analiz edildiğinde İslami bankalarla

alışan, alışmayan ve kararsız olan tüm katılımcıların verdikleri cevaplarda kısmi farklılıklar tespit edilmiştir. Geleneksel bankacılığın tamamlayıcısı veya alternatifi olarak da değerlendirilen İslami bankacılığın, insanlar tarafından yeterince bilinmediği, Müslüman kesimin faiz hassasiyetinin çok zayıf olduğu ve faiz konusunda kabullenilmiş bir çaresizliğin bulunduğu söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Katılım Bankacılığı, Geleneksel (Konvansiyonel) Bankacılık, Müşteri Algısı, Aksaray.



**AN INVESTIGATION ON CUSTOMER PERCEPTION ON  
PARTICIPATION BANKING ACTIVITIES: AN APPLICATION IN  
AKSARAY PROVINCE**

**Harun SERT**

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences  
Department of Banking and Finance**

**Supervisor: Dr. Lecturer Ebrucan İSLAMOĞLU**

**ABSTRACT**

With the impact of the recent global financial crises, the importance of participation banking system is gradually increasing. Especially the US and European economic crisis experienced in 2008 made traditional banking in the financial sector seriously debatable. On the other hand, participation banking, which is directly interested in the financing of real transactions and attracts attention with its closed structure it has increased the popularity of participation banking. In this respect, it is important to measure the reactions and behaviors of customers towards participation banking systems and activities. To know the perceptions and judgments of customers towards participation banking and develop the participation banking. The concept of participation banking with the 5411 banking law in 2005 were included in legislation in Turkey. The history of Islamic banking in Turkey is based on 1983 year. Participation banking has also increased the growth rate by the effect of the legislation in 2005. In Turkey and in the world today more research would have become the subject of further examination. In this study, the perception created by participation banking and the services provided by participation banks before the customers was tried to be measured. In this respect, a survey was conducted on 415 people in Aksaray. The fact that Aksaray is at the top of the provinces in terms of deposit assets and that such a study has not been done in terms of participation banks in Aksaray has been effective in choosing this province in practice. The questionnaire was composed of two parts and Szczepanowicz (2011) was the source of our study. When the results of the survey conducted in the field were extracted and analyzed,



partial differences were found in the responses of all participants who worked with Islamic banks, who did not work and were undecided. Islamic banking which is also considered as a complement or alternative to traditional banking, it cannot be said to be sufficiently known by the people. Interest sensitivity of the Muslim sector is very weak and there is an accepted desperation about interest.

**Key Words:** Participation Banking, Traditional (Conventional) Banking, Customer Perception, Aksaray.



## İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK.....	ii
TEZ YAZIM KILAVUZUNA UYGUNLUK .....	iii
KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iv
TEŞEKKÜR .....	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT .....	viii
İÇİNDEKİLER .....	x
KISALTMALAR VE SİMGELER .....	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
GİRİŞ .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### KATILIM BANKACILIĞI KAVRAMI

1.1. Katılım Bankacılığı Kavramı.....	3
1.2. Literatür Taraması .....	4
1.3. Katılım Bankacılığının Kurulma Nedenleri .....	13
1.4. Türkiye Cumhuriyetinde Katılım Bankacılığı .....	15

## İKİNCİ BÖLÜM

### KATILIM BANKACILIĞI SİSTEMİ VE FİNANSMAN ÇEŞİTLERİ

2.1. Katılım Bankacılığının Temel İlkeleri.....	20
2.2. Katılım Bankacılığı Sistemi.....	21
2.3. Katılım Bankasının Görevleri.....	23
2.4. Katılım Bankasının Finansman Çeşitleri.....	24
2.5. Katılım Bankacılığı Sisteminin Avantajları .....	31
2.6. Katılım Bankacılığı Sisteminin Eksikleri.....	31
2.7. Katılım Bankaları ile Mevduat Bankalarının Yapı ve İşleyiş Olarak Karşılaştırılması .....	33

**ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**  
**BANKACILIKTA MÜŞTERİ ALGISI VE MÜŞTERİLERİN BANKA**  
**TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

<b>3.1. Hizmet Kalitesi .....</b>	<b>35</b>
<b>3.2. Bankacılık Hizmet Türleri .....</b>	<b>38</b>
<b>3.3. Bankacılık Hizmet Özellikleri.....</b>	<b>41</b>
<b>3.4. Müşteri Algısı .....</b>	<b>43</b>
<b>3.5. Müşteri Tatmini .....</b>	<b>43</b>
<b>3.6. Müşteri Değeri.....</b>	<b>44</b>
<b>3.7. Müşterilerin Banka Tercihlerini Etkileyen Faktörler .....</b>	<b>46</b>
<b>3.8. Katılım Bankacılığı Tercih Sebepleri İle İlgili Akademik Çalışmalar .....</b>	<b>48</b>

**DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**  
**KATILIM BANKALARINDA MÜŞTERİ ALGISI ÜZERİNE BİR**  
**ARAŞTIRMA: AKSARAY İLİNDE BİR UYGULAMA**

<b>4.1. Araştırmanın Konusu .....</b>	<b>53</b>
<b>4.2. Araştırmanın Amacı .....</b>	<b>53</b>
<b>4.3. Araştırmanın Metodolojisi .....</b>	<b>54</b>
<b>4.4. Verilerin Analizi.....</b>	<b>55</b>
<b>4.5. Analiz Sonuçları ve Değerlendirilmesi.....</b>	<b>56</b>
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>80</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>84</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>97</b>
<b>ÖZ GEÇMİŞ.....</b>	<b>104</b>

## KISALTMALAR VE SİMGELER

BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
DİBS	: Devlet İç Borçlanma Senetleri
DESİYAB	: Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası
GKS	: Genel Kredi Sözleşmesi
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GVK	: Gelir Vergisi Kanunu
K/Z	: Kâr/Zarar
KDV	: Katma Değer Vergisi
KHK	: Kanun Hükmünde Kararname
ÖFK	: Özel Finans Kurumları
ÖFKBİR	: Özel Finans Kurumları Birliği
SSY	: Sabit Sermaye Yatırımları
TBB	: Türkiye Bankalar Birliği
TFRS	: Türkiye Finansal Raporlama Standartları
TKBB	: Türkiye Katılım Bankaları Birliği
TMS	: Türkiye Muhasebe Standartları
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TOPSIS	: Technique for Order Preference by Similarity to An Ideal Solution

## TABLolar LİSTESİ

- Tablo 1.1.** Katılım Bankaları ve bankacılık sektörü başlıca finansal büyümelemleri milyon TL bazında. ....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Tablo 4.1.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Tablo 4.2.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Yaş Grubuna Göre Karşılaştırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Tablo 4.3.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Tablo 4.4.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Medeni Hale Göre Karşılaştırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Tablo 4.5.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Gelir Getirici Bir İşte Çalışıp Çalışmama Durumuna Göre Karşılaştırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Tablo 4.6.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Kişinin Çalıştığı İşyerine Göre Karşılaştırılması ..... 60
- Tablo 4.7.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Ailenin Aylık Ortalama Gelir Aralıklarına Göre Karşılaştırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Tablo 4.8.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Başvurduklarımıza Göre Karşılaştırılması.....58
- Tablo 4.9.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Bankacılık İşlemlerine Göre Karşılaştırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**
- Tablo 4.10.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Katılım Bankalarının Ürünlerine Göre Karşılaştırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

**Tablo 4.11.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Anketin Yapıldığı Kişinin İşlem Yapmakta Olduğu Bankaya Göre Karşılaştırılması ..... **Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

**Tablo 4.12.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Anketin Yapıldığı Kişiyeye Göre Karşılaştırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

## ŞEKİLLER LİSTESİ

**Şekil 2.1.** Katılım Bankacılığı Sistemi.....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

**Şekil 2.2.** Katılım Bankalarında Bireysel ve Kurumsal Finansman Desteği Mekanizması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

**Şekil 2.3.** Katılım Bankacılığında Mudaraba Uygulaması ..... **Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

**Şekil 2.4.** Katılım Bankacılığında Müşareke Uygulaması..... **Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

**Şekil 3.1.** Bankacılık Hizmetleri Sınıflandırması .**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

**Şekil 3.2.** Bankacılık Hizmetlerinin Satın Alma Davranışına Göre Sınıflandırılması .....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

**Şekil 3.3.** Bankacılık Hizmetlerinin Özellikleri....**Hata! Yer işareti tanımlanmamış.**

## GİRİŞ

İslami bankacılık, Türkiye'deki adı ile katılım bankacılığı, çok eski tarihlerde çalışma yöntemlerine rastlansa da, 1960'lı yıllardan sonra büyük bir ivme alarak çok sık gündeme gelmiş ve Dünya ekonomisinde yerini almıştır. 1985'den sonra Türkiye'de katılım bankaları faaliyete başlayarak faizsiz işlem yapmak isteyen kesimi de bünyesine katmış, atıl durumda kalan tasarrufların ekonomiye kazandırılmasına katkı sağlamıştır. Yeni istihdam kapıları açarak işsizlik oranlarının düşmesini sağlamıştır. Sadece bununla kalmayıp bankalar arasında bankacılık hizmetlerinde rekabeti artırmış ve hizmet kalitesinin yükselmesi ve yeni yatırım ve tüketim kaynaklarının oluşmasına sebep olmuştur.

Mevduat bankaları ve mevduat bankalarına alternatif olan katılım bankalarının ekonomiye katkıları ele alındığında, mevduat bankaları direk nakit olarak kredi vererek, aslında ekonomiyi destekler gibi görünmesine rağmen bu verilen kredilerin reel ekonomiye direk etki edip etmediği konusunda bir takım tereddütler oluşmaktadır. Zira bu kredilerin bir kısmı tüketim alanına kayabilmektedir. Oysa katılım bankaları yapıları, kuralları ve faizsizlik prensibi gereği topladıkları fonları her ne şekilde olursa olsun nakit kredi olarak veremezler. Onun yerine bir malın veya hizmetin peşin alınıp vadeli kullanılmasına aracılık yaparlar. Örneğin, beyaz eşya alacak bir birey, faizli bankalardan tüketici (ihtiyaç) kredisi başvurusunda bulunduğu anda kredisinin onaylanması akabinde kredi başvurusunda bulunan kişinin hesabına bakiye yatırılır ve kişi bankaya borçlanmış olur. Katılım bankasına ihtiyaç kredisi için başvuru yapan bireyin rutin kredi incelemesi yapılır. Kredi olumlu sonuçlanır ise ilgili bakiye beyaz eşyayı satan bireyin hesabına direk aktarılır iken, beyaz eşyayı alan kişi borçlandırılmış olur. Bunun gibi gerçek bir ticaretin oluşmasına olanak sağlayan finansman hizmetini sunar, dolayısıyla toplumdaki ekonomik hareketlenme ve reel sektörün verimlilişmesine büyük katkı sağlanır. Bu noktadan baktığımızda katılım bankaları hem reel sektörü destekleyerek ekonominin büyümesine katkı sağlar, hem de Türkiye'deki istihdam politikalarını destekleyerek çalışan kesimin daha da artmasına, işsizliğin azalmasına katkı sağlamış olurlar. Bu arada kayıtlı ekonomiye destek anlamında fatura kesimini şart koştukları için ülkenin kayıtlı ekonomiye geçme çabalarına destek olur. Bu açıdan baktığımızda katılım

bankaları, devletin özellikle desteklemesi ve sahip çıkması gereken kurumlardır. Dünyada ve Türkiye’de katılım bankacılığı önemli olmasına rağmen, katılım bankacılığına olan ilgi yeterli değildir. Katılım bankacılığı bankacılık sisteminin gelişmesi ile sınırlı olmayıp bu sistemin derinlik kazanmasıyla da ilgilidir. Ülkemiz özelinde 2000’li yıllar itibariyle yasal ve ekonomik açıdan desteklenmeleri dolayısıyla ivme kazanmış olan katılım bankacılığı, halen arzulanan yerinin çok gerisindedir.

Çalışmada katılım bankacılığının temel kavram ve kurallarına yer verilmiştir, daha sonra katılım bankacılığının işlevleri üzerinde durulmuştur. Ayrıca cevaplayıcıların katılım bankacılığı faaliyetlerine yönelik tutum ve davranışları incelenmiş ve konu ile ilgili bir uygulama yapılmıştır. Yüz yüze görüşme yoluyla 415 kişiye anket yapılmıştır. Verilerin istatistiksel olarak değerlendirilmesi neticesinde, veriler simetrik olmayan dağılım gösterdiğinden çalışmada elde edilen verilere parametrik olmayan testler uygulanmıştır. Bağımsız örnekler için t testi (Independent samples t test) ve varyans analizi (one way anova) istatistiksel testleri kullanılarak demografik özelliklere göre kıyaslanmış, kıyaslama sonucunda ortaya çıkan farklılıklar çalışmada belirtilmiştir. Katılım bankalarının ortaya çıkış amaçları ve Aksaray ilinde yaptığımız anket çalışması ile katılım bankalarının toplum nezdinde karşılık bulma sorunu tartışılmıştır.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### KATILIM BANKACILIĞI KAVRAMI

Bu bölüme katılım bankacılığı kavramı ifadelendirilmiş, katılım bankacılığı ile ilgili akademik çalışmalardan bahsedilmiştir. Katılım bankalarının varoluş nedenleri ile katılım bankalarının Türkiye’deki durumu açıklanmıştır.

#### 1.1. Katılım Bankacılığı Kavramı

İslami bankacılık, “İslam İktisadı” teriminin en önemli faktörü durumundadır. İslam iktisadını, İslami kurallara uygun bir yaşam ve İslam ekonomisi üzerine kurulu bir Dünya düzeni olarak geniş anlamda düşündüğümüz zaman, İslami ekonomi denilince birçok kez İslami bankacılığın anlaşıldığını söyleyebiliriz. Katılım bankacılığı ya da diğer bir ifadeyle İslami bankacılığının tanımını yapmadan önce İslam İktisadı terimini tanımlamak daha doğru olacaktır. Genel itibariyle, kuran ve sünnete dayalı olarak, İslam’a uygun kurumlar ile insanların ekonomik yaşantılarını şekillendiren değerler bütünü olarak tanımlayabileceğimiz İslam İktisadı, Haneef (1997) tarafından “İslam’daki bilgi kaynaklarından elde edilen değer, norm, kurallar ile İslam’da yer alan kurumlara dayalı olarak insanın iktisadi problemlerini çözmeye ve yorumlamaya çalışan yaklaşım” olarak tanımlanmaktadır (Mollavelioğlu ve Kanberoğlu, 2016). Konvansiyonel bankalarda, banka tarafından önceden belirlenen faiz oranları kapsamında, müşterilerden toplanan mevduatları talep doğrultusunda fon ihtiyacı olan bireylere kredi olarak sunulmaktadır. Geleneksel bankacılık ile katılım bankacılığı arasındaki en önemli püf nokta katılım payıdır. Geleneksel bankacılık sistemi faiz uygulaması yaparken, katılım bankacılığı kâr payı hizmeti sağlamaktadır. Yatırım yapan müşterilerin ticari hizmet sonuçlarına katılmasını öngören bu sistem, halk arasında faizsiz bankacılık olarak anılmaktadır (Özcan ve Hazıroğlu, 2000). Buradaki asıl amaç; kâr elde etmek için yatırım yapan bireylerin, tasarruflarını banka nezdinde değerlendirmesi ve tasarrufların etkin bir şekilde ekonomiye kazandırılmasıdır. Böylelikle ekonomik gelişimlerin yaşanmasına ve kısır döngülerin sona ermesine katkı sağlanmış olacaktır.

“Katılım bankalarını, tasarruflarını kullandırmaları karşılığında faiz almak istemediği için tasarruflarını bankalara yatırmayıp yastık altında altın, döviz olarak tutan veya ev, arsa şeklinde yatırım yapan tasarruf sahiplerinin, tasarruflarının üretim sürecine dahil edilmesi amacıyla kurulan ve kâr – zarar ortaklığı anlayışıyla faaliyette bulunan kurumlardır” (Takan ve Acar Boyacıoğlu, 2011) şeklinde tanımlamakta mümkündür.

Özetleyecek olursak; katılım bankaları; tüm yatırım yapmak isteyen insanlara alternatif finansman hizmetleri sunan, reel ekonomiyi finanse eden, finansal sektörde faaliyette bulunan ve müşterilerine bankacılık hizmetleri sunan kurumlardır. Katılım bankaları mevcut bankacılık hizmetlerini yapmasının haricinde, mevduat sahiplerinden kâr/zarar ortaklığı ve cari hesaplar yöntemi ile almış oldukları fonları, faizsiz finansman prensipleri çerçevesinde, reel ekonomiye kazandırarak, ortaya çıkan kâr veya zararı, mevduat sahipleri ile paylaşmaktadırlar. Başka bir ifadeyle belirtecek olursak, son zamanlarda katılım bankaları olarak bilinen kuruluşlar faizle özleşmeyen birçok bankacılık hizmetlerini çeşitli yöntemlerle müşterilerine sunmaktadır (Tunç, 2000).

## **1.2. Literatür Taraması**

Katılım bankacılığı ile ilgili literatür incelendiğinde, konu ile ilgili çok az çalışmanın mevcut olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmanın literatüre katkısı, hem katılım bankacılığı ile ilgili çalışmanın literatüre eklenmesi hem de böyle bir çalışmanın daha önce Aksaray ilinde yapılmamış olması bakımından da önem arz etmektedir.

Kara M. (2006) tezinde katılım bankası personelinin eğitimi konusunu ele almıştır. Çalışmada katılım bankalarının özelliklerini, geçirmiş oldukları tarihi süreci, personel eğitimi konusunu, daha sonrada hizmet içi eğitim konusu incelenmiştir. Analiz aşaması için, anket çalışması yapılmış ve çözüm önerileri sunulmuştur.

Bayındır S. (2007) çalışmasında Asya ve Afrika kültürünün dünyaya bir armağanı olan faizsiz bankacılıktan bahsetmiştir. Faizsiz bankacılığın ortaya çıkışı ve günümüzdeki durumundan bahsetmiştir. Faizsiz bankaların kullandıkları finansman yöntemlerinden çalışmasında bahsetmiştir.

Hancı M. (2007) tezinde katılım bankalarında sigortacılık işlemleri, sigortacılığın teorik ve pratik yönden incelenmesini ele almıştır. Çalışmada, sigortacılık, sigortacılığın Dünya ve Türkiye'deki gelişimi, sigorta çeşitleri, sigorta arz ve talebi, ülkemizdeki sigorta faaliyetleri ve sigortacılık sektörünün karşılaştığı sorunlar üzerinde durulmuştur. Daha sonra İslam bankacılığında yani katılım bankacılığında bahsedilmiştir. Ardından İslam hukukunda sigorta, sigorta çeşitleri ve katılım bankalarında yürütülen sigortacılık işlemleri ve bu hizmetin nasıl yürütüleceğinden bahsedilmiştir. Çalışma sonunda, elde edilen bilgiler değerlendirilerek ulaşılan sonuçlar ve öneriler ortaya konulmuştur.

Çoşkun A. (2008)'de tezinde ülkemizde 1983 yılından sonra faaliyete başlayan katılım bankalarının özellikle son on yılda çok büyük bir ilerleme kaydettiğini ifade etmektedir. Katılım bankaları ile geleneksel bankalar kıyaslandığında, katılım bankalarının kârlılık açısından ticari bankalara göre daha iyi durumda olduğu ancak müşterilere sunulan hizmet ve ürün çeşitliliği ile likidite yönünden daha kötü durumda olduğu ortaya konulmuştur.

Doğan S. (2008) çalışmasında faizsiz bankacılığın tanımından, tarihsel gelişiminden, temel ilkelerinden ve işleyişinden bahsetmiştir. Çalışmasında 20 farklı ülkede faizsiz bankacılık uygulamalarını incelemiştir ve faizsiz bankaların ekonomi üzerindeki etkilerini açıklamıştır. Ayrıca çalışmasında Türkiye'deki katılım bankaları hakkında bilgi vermiştir. Türkiye'deki katılım bankalarının ekonomi üzerindeki etkileri açıklanmıştır ve katılım bankalarının Türk mali sistemi içindeki yeri de araştırılmıştır.

Karaayhan İ. (2008) tezinde katılım bankalarının kamuoyuna açıklanan mali tabloları temelinde, oran analizine dayalı performans analizi yapılmış, tespit edilen oranlar, hem katılım bankalarının birbirleri ile kıyaslanmasında kullanılmış hem de bankacılık sektörü ile karşılaştırılmıştır. Katılım bankalarının bankacılık sektörü içinde mali açıdan avantajlı ve dezavantajlı olduğu konulara ilişkin hususlar sektörün geleceği ve güvenilirliği açısından önem arz etmektedir. Çalışmada bu hususlar ele alınmıştır.

Özulucan A. ve Deran A. (2009) çalışmalarında İslami bankalarının amaçlarını, özelliklerini, prensiplerini, Türkiye’de tarihsel ve hukuki gelişimlerini, ekonomiye katkılarını, ortaya çıkış nedenlerini ve Türkiye’deki bugünkü durumlarını, İslami bankalar ile bankacılık sektörü içinde yer alan diğer bankaların hizmetlerini, muhasebe uygulamalarını ve diğer yönlerden karşılaştırılmasını yapmışlardır.

Akhan A. (2010) dönem projesinde katılım bankaları ile mevduat bankalarının müşteri gözüyle incelendiğinde birçok farkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, iki bankanın da temelinde müşteriye bakış açısının aynı olduğunu görmekteyiz. Akhan A. (2010) dönem projesinde GKS (Genel Kredi Sözleşmesi) hükümlerini karşılaştırmıştır. Ancak GKS hükümlerine göre farklılık bulunmaktadır. Bu hükümlere göre müşteri odaklılık açısından 18 adet farkın olduğu tespit edilmiştir.

Aladağ A.S. (2010) tezinde bankacılığın geçmişten günümüze gelişimini ele almıştır. Çalışmasında bireysel bankacılık ürünlerini tanıtmıştır. Katılım bankalarındaki bireysel bankacılığın yeri ve önemi üzerinde inceleme yapmıştır. Araştırma sonunda, katılım bankalarının iç ve dış müşteri memnuniyetinde; bankaların kendi kârlılık ve büyüme hedeflerini gerçekleştirmede, bireysel bankacılığın öneminin vurgulanması hedeflenmiştir.

Şahin M. (2010) doktora tezinde örgüt kültüründen ve çalışanların bilgi paylaşma tutumları arasındaki ilişkiden bahsetmiştir ve bu ilişkiyi incelemiştir. Tezinde Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankaları çalışanları arasında örneklem seçilmiştir. Çalışma sonunda, örgüt kültürü ile bilgi paylaşma tutumu arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların kişilik özelliklerinin örgüt kültürü ile bilgi paylaşma tutumu arasındaki ilişkiyi etkilemediği tespit edilmiştir.

Yayar R. ve Baykara H.V. (2012) çalışmalarında Türkiye’de finansal sistem içerisinde büyüyen ve gelişen katılım bankalarının faaliyetlerinin etkinlik ve verimlilikleri TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to an Ideal Solution) tekniği kullanılarak ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla 2005 ile 2011 yılları ele alınmıştır. Analiz sonuçlarına göre, en etkin banka Albaraka Türk

olmuştur. En verimli banka ise Bank Asya olarak belirlenmiştir. Kuveyt Türk'ün sunduğu yatırım araçlarını çeşitlendirmesine yönelik olarak etkinlik ve verimliliğinde büyük bir artış görülmüştür.

Bağcı H. (2013) tezinde ticari ve katılım bankacılık kavramlarının neler olduğunu incelemiştir. Bu kavramların içeriklerine değindikten sonra, Türk bankacılık sektörünün kârlılık performanslarını kıyaslamıştır. 2003 ve 2011 yılları arasında 4'ü katılım ve 4'ü ticari banka olmak üzere toplam 8 bankanın kârlılık performanslarını ölçmüştür. Analiz sonunda, tüm yıllar incelendiğinde performansı en yüksek bankaların Bank Asya ve Finansbank olduğu tespit edilmiştir. Performansı en düşük olan bankanın ise Bank Mellat olduğu tespit edilmiştir. Tüm bankaları incelersek katılım bankalarının ticari bankalardan daha yüksek performans sergiledikleri ve daha kârlı oldukları tespit edilmiştir.

Doğan M. (2013) çalışmasında 2005 ile 2011 yılları arasında Türkiye'de bankacılık sektöründe faaliyette bulunan katılım ve geleneksel bankaların finansal performansları karşılaştırılmıştır. Yapılan çalışmada kârlılık, likidite, risklilik, borç ödeme gücü ve sermaye yeterlilik oranları yardımıyla katılım (Bank Asya, Kuveyt Türk, Albaraka, Türkiye Finans) ile geleneksel bankaların (Akbank, Garanti Bankası, İş Bankası, Yapı Kredi Bankası) performansları ölçülmüştür. Yapılan analizlerde, bankalar arasındaki farklılığın test edilmesi için t-testinden yararlanılmıştır. Analiz sonunda, geleneksel bankaların katılım bankalarına göre likiditesi, borç ödeme gücü ve sermaye yeterliliği daha yüksek ve riskliliği daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, katılım ve geleneksel bankaların kârlılıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Kalaycı İ. (2013) çalışmasında katılım bankacılığının mali kesimde nasıl bir seçenek olduğunu araştırmıştır. Çalışmasının sonucu olarak, katılım bankalarının Türkiye'nin genel mali kesiminde yapıcı ve geleneksel bankalara karşı ise bir seçenek olma iddiasında olduğunu tespit etmiştir.

Kaya B. (2013) çalışmasında katılım bankacılığının yeni açılımı olan bireysel emeklilik sistemi fonlarının nasıl toplandığını ve bu fonların değerlendirilmesinin nasıl yapıldığını araştırmıştır.

Sırım V. (2013) çalışmasında katılım bankalarının ilk kuruldukları tarihten itibaren çok önemli ilerlemeler kaydettiklerini belirtmiştir. Ancak yine de, bankacılık sektöründen aldıkları pay itibarıyla hedeflerinin gerisinde oldukları (Özulucan ve Deran, 2009:103) söylenebilir. Katılım bankaları faaliyete geçtikleri dönemden bugüne çok önemli mesafeler kat etmekle birlikte, kendilerini iyi tanıtamadıklarını, hak ettikleri ilgiyi göremediklerini söylemektedir.

Demir Ö. ve Atlı Y. (2014) araştırmasında katılım bankalarını tercih eden müşterilerin katılım bankacılığı hizmetlerinden elektronik ortamda yararlanma düzeyleri araştırılmıştır. Elazığ ilinde faaliyet gösteren katılım bankaları müşterileri araştırma kitlesini oluşturmaktadır. Çalışmanın verileri anket tekniği ile toplanmıştır. Çalışmalar IBM SPSS Statistics 21’de analiz edilmiştir. Analiz sonunda, katılım bankalarının mevduat bankalarına göre daha kuralcı ve daha güvenli bir bankacılık modeli geliştirdikleri görülmüştür. Katılım bankalarının internet bankacılığını güvenli bir şekilde kullanan müşterilerin zaman sınırlaması olmadan birçok bankacılık işlemini gerçekleştirdiği için daha çok tercih edildikleri görülmüştür.

Tuhan A. (2014) tezinde katılım bankacılığı kavramının tanımlanmasını ve Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarının incelenmesini amaçlamıştır. Ayrıca katılım bankalarının kullandığı ürünleri, tarihini ve katılım bankalarının gelişimini ele almıştır.

Toraman C., Ata H. A., Buğan M. F. (2015) çalışmalarında İslami bankacılığın işlevlerine yönelik müşteri algısı üzerine bir inceleme yapmışlardır. Banka müşterilerinin İslami bankacılık algısı anket yöntemiyle belirlenmeye çalışılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, İslami bir banka ile çalışmayı tercih eden, etmeyen ve kararsız olan katılımcıların tüm sorulara vermiş oldukları cevaplar arasında belirgin farklılıklar bulunmuştur. Çalışmaya göre, İslami bankacılığın müşteriler tarafından yeterince bilinmediği ve İslami finans algısının yetersiz olduğu anlaşılmıştır.

Unutkan Ö. (2015) çalışmasında katılım bankaları ile çalışan işletmelerin aldıkları hizmetler ve kullandıkları krediler için ayrı bir düzenlemenin bulunmadığını ve geleneksel bankalardan kredi kullanma ile ilgili geçerli olan tüm yasal düzenlemeler, katılım bankaları ile çalışan işletmeler için de geçerli olduğunu söylemektedir.

Unutkan Ö. (2015)'e göre TMS/TFRS'na bakıldığında da benzer durum görülmektedir. Ayrıca ülkemizdeki mali mevzuat, katılım bankacılığında kredi kullanılması ile geleneksel bankalardan kredi kullanılmasını da ayırmamıştır. Aynı şekilde Unutkan Ö. (2015)'te TMS/TFRS'de de bu konuda ayrı bir düzenlemenin bulunmadığını da belirtmektedir. Bu çalışma neticesinde, katılım bankaları ile geleneksel bankaların kredi kullandırmada önemli bir unsur olan faiz uygulaması açısından ayrıldıkları görülür. Sonuç olarak, Unutkan Ö. (2015)'te kâr payı karşılığı kredi kullanılması durumunda, gerek işlevsellik bakımından gerekse muhasebe ve mali mevzuat bakımından faiz karşılığı kredi kullanma arasında ayrı bir uygulama ve sonuç olmadığı görüşündedir.

Altıntaş K.M. (2016) çalışmasında Katılım Sigorta Sistemi'nin kavramsal çerçevesi, varsayımları ve uygulamaları ile çalışma ilkelerini ve çeşitli ülkelerdeki uygulamaları incelemiştir. Ayrıca nitel araştırmalar ve alanyazın çalışması kapsamında, Türkiye'de sistemin kabul görmesi ve yaygınlaşabilmesi için gereken tedbirler alınmalı ve gerekli düzenlemelerin yapılması gerektiğini düşünmektedir.

Bildirici Çalık E. (2016) tezinde Türkiye'de 2010 ile 2015 yılları arasında faaliyette bulunan katılım bankalarıyla geleneksel bankaların kıyaslama yapılmasında Basel III kriterlerini kullanarak performans analizi yapmışlardır. Analiz sonunda, her iki banka türlerini ve dönem yapısı itibariyle Basel III öncesi ve sonrası birtakım farklı kıyaslama durumları yapılmıştır. Yapılmış olan kıyaslamalara göre Basel III kriterlerinin her iki farklı banka yapısında da finansal yapı taşlarında önem arz eden değişim durumlarına sebebiyet verdiği, finansal rasyolardaki değişimler ile tespiti yapılmıştır.

Çelik İ. (2016) çalışmasında katılım bankalarının finansal literatürdeki geçmişinden bahsetmiştir. Katılım bankaları için sözde bir denetleme yapıldığını düşünmektedir. Ayrıca faizsiz uygulamalar konusunda da, bu bankalarda yatırımlı denetimlerin başlaması gerekmekte olduğu görüşündedir.

Pehlivan P. (Nisan 2016) çalışmasında Türk bankacılık sektöründe islami bankaların önemini 2006 ile 2014 yılları arasında oranları (kârlılık oranları, sermaye yeterlilik rasyosu ve gelir-gider oranlarını) ve çeşitli büyüklükleri (özkaynaklar, aktif toplamı,

net kâr, kullanılan fonlar, toplanan fonlar, şube ve personel sayısı) kullanarak değerlendirmiştir. Çalışmanın sonunda, islami bankaların bankacılık sektöründe giderek artan bir öneme sahip olduğu görülmüştür.

Oğuz A. B. (2016) çalışmasında 2005 ile 2013 yılları arasında Türkiye'deki mevduat bankalarını kamu, özel sermayeli ve katılım bankaları olarak gruplandırmıştır. Bankaların aktif büyüklüğü, krediler, mevduat, sermaye, özkaynaklar, kâr-zarar, şube ve personel sayıları dikkate alınmıştır. Daha sonra istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kamu sermayeli mevduat bankalarının aktif büyüklükleri toplam bankacılık sistemi içinde azalırken, diğer iki grubunda payları artmıştır. Bankaların şube sayılarında artış olmuştur. Şube başına düşen ortalama personel sayılarında ise düşüş olmuştur. En düşük kârlılığı gösteren katılım bankaları, diğer verilerde en yüksek değişim katsayısını göstermiştir.

Sakarya B. ve Kaya Y. (2016) araştırmalarında Türkiye'de faaliyet gösteren mevduat ve katılım bankalarının karşılaştırmalı analizini yapmışlardır. Ayrıca katılım bankalarının hangi alanlarda farklılaştığını da incelemişlerdir. Araştırmada 2005 ile 2012 yılları ele alınmıştır. Bu yıllarda Türkiye'de faaliyette bulunan mevduat bankaları ile katılım bankaları panel veri yöntemi ile incelenmiştir. Araştırmaya göre, katılım bankaları daha yüksek özkaynakla çalışırken diğer bankalardan etkinlik ve kârlılık bakımından önemli bir farklılık göstermedikleri tespit edilmiştir.

Yazıcı R. (2016) çalışmasında katılım bankalarının sunduğu hizmetlerin hepsinin özellikle finansal sermaye sahibinde aşırı, haksız kazançta neden olan faiz yerine, riskin taraflar arasında paylaşımını öngören, kâr, ücret, komisyon şeklindeki fiyatlamalarla verilmektedir. Yazıcı R. (2016) çalışmasında geleneksel finansal sistemden kaynaklanan ve etkileri devam eden küresel finans krizi gibi sorunların yaşanmaması için faizsiz bankacılık tipi finansal sistemlerin sunduğu ürünler ve bunların finansal krizleri önleyebilme gücü verilmeye çalışılmıştır.

Arslan E. C. (2017) tartışma metinlerinde katılım bankacılığı, fon toplama ve kullandırma yöntemleri ve katılım bankacılığının Türkiye ekonomisine etkileri ele alınmıştır. Bulgulara göre, faizsiz bankacılık helal-haram ölçüleriyle değerlendirilmiştir, faizsiz bankacılık sayesinde muhafazakâr kesim sisteme girmiş,



ihracat artmış ve çok sayıda sivil toplum örgütü kurulmuştur. Katılım Bankacılığı faaliyetlerine göre kurallar faizin yasak olması, haramdan kaçınma, sözleşmeye bağlılık gibi kurallardır. Ülkelerin ideal finans sistemi oluşturabilmeleri için Uluslararası İslami Finans Standartlarına uyum sağlamaları gerekmektedir. Türkiye bu konuda gecikmiştir. Katılım bankaları 1983 yılında “Özel Finans Kurumu” olarak adlandırılmaktadır. Daha sonra “Katılım Bankacılığı” unvanını almıştır. Katılım bankalarında istikrarlı büyümenin devam etmesi için şubeleşme ve personel sayısının artırılması gerekmektedir.

Atar A. (2017) çalışmasında İslam ekonomisi, İslami finans, İslami bankacılığın ortaya çıkışı ve gelişimi, Dünya’da İslami bankacılık, Türkiye’de İslami bankacılık ve İslam bankacılığının problem alanlarını konu almıştır.

Akkuş H. T. (2017) tezinde stres testini kullanmıştır. Burada yapılmış olan test istisnai olarak ortaya çıkmış fakat gerçekleşme durumu olası birtakım olaylar karşısındaki duyarlılıklarının ölçülme durumu amacı ile kullanılmış olan bir tekniktir.

Bildirici Çalık E. ve Aygün M. (2017) çalışmalarında 2005-2011 yılları arasında Türkiye’de faaliyette bulunan geleneksel bankalar ile katılım bankalarının finansal performanslarını incelemişlerdir, katılım bankalarının neden önemsendiği araştırılmıştır ayrıca geleneksel bankalar ile katılım bankalarının kıyaslanmasında Basel III kriterlerini de göz önünde tutarak performans analizi yapmışlardır. Araştırmada kârlılık, likidite, risklilik, borç ödeme gücü ve sermaye yeterlilik oranları yardımıyla katılım ve geleneksel bankaların performansları ölçülmüştür. Analizler sonunda, gerek geleneksel bankaların gerekse katılım bankalarının Basel III kriterlerine uyum sürecinde finansal yapılarında önemli değişiklikler yapıldığı görülmektedir.

Kodra A. (2017) tartışma metinlerinde İslami bankacılık sistemi yöntemlerini, politikalarını ve ekonomik yaklaşımları ele almıştır. Tartışma metinlerinde sonuç olarak, İslami devletleri kapitalist İktisadi sistem içerisinde yaşlı ve durgun Batılı devletlere karşı potansiyel pazarlar olarak görülmektedir. Ayrıca geleneksel yapıya karşı İslami bankacılık faaliyetleri de yaşamın her alanında kendini göstermelidir.

Çonkar M.K., Canbaz M.F. ve Arifoğlu A. (2018) yaptıkları çalışmada finansal gelişim ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki üzerinde durmuştur. Bu nedenle, Türkiye'deki mevduat bankaları toplam kredileri ile katılım bankaları toplam kredilerinin ekonomik büyümenin göstergelerinden olan gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) ve sabit sermaye yatırımları (SSY) ile arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmak amaçlanmıştır. Bu amaca göre, Toda-Yamamoto yaklaşımı ile Granger nedensellik analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, mevduat bankaları kredileri ile gayri safi yurtiçi hasıla arasında çift yönlü ve sabit sermaye yatırımlarına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Katılım bankaları kredileri ile gayri safi yurtiçi hasıla arasında nedensellik ilişkisi bulunmamıştır. Katılım bankası kredilerinin sabit sermaye yatırımlarının nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gayri safi yurtiçi hasıla ile sabit sermaye yatırımları arasında çift yönlü etkileşimden dolayı katılım bankaları kredilerinin gayri safi yurtiçi hasılayı arttıran dolaylı bir değişken olduğu düşünülmektedir.

Duramaz S. ve Erol İ. (2018) çalışmalarında Türkiye'deki katılım bankalarının şube sayısını gözlemlediklerinde Ege bölgesi hedef kitle olarak belirlenebilecek potansiyel bölgelerden biri haline gelmiştir. Çalışmada amaç; Ege Bölgesi'ndeki katılım bankası müşterilerinin yaş, gelir ve cinsiyete göre katılım bankası tercihlerine etki eden faktörleri belirlemektir. Analiz aşamasında cronbach's alpha, t-test, varyans ve korelasyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Analiz sonunda, ölçekte yer alan boyutlar bazında katılım bankası tercihini etkileyen farklı unsurlar yer almaktadır.

Öner M.H. (2018) çalışmasında son yıllarda faizsiz bankacılığın yükselişine paralel olarak, faizsiz sigortacılığa talebin arttığından bahsetmiştir. Çalışmada Tekâfül Sigortacılık Sisteminden bahsedilmiştir. Bu sistem İslami esaslara göre çalışır. Temel olarak ortaklık, yardımlaşma ve faizsizlik esasına dayanır. Katılım sigortacılığının yasal zemini ilk defa Katılım Sigortacılığı Yönetmeliği ile oluşturulmuştur. Ancak sektörün büyümesi ve yaygınlaşması için uzun dönemde planlanması daha sağlıklı olacaktır. Kanun ile koruma altına alınacak sektörün diğer ülkelerdeki büyüme ivmesini yakalayacağı düşünülmektedir.

### **1.3. Katılım Bankacılığının Kurulma Nedenleri**

İnsanlar geçmişten günümüze ihtiyaçları sebebiyle iktisadi dallarda, sosyal ve kültürel alanlarda faaliyet gösteren kuruluşlar var etmiştir. İnsanların ihtiyaçları doğrultusunda kurulan katılım bankaları sosyal ve kültürel oluşumlardan sadece bir tanesidir. Özellikle faiz hassasiyeti olan toplumun bazı kesimleri başta olmak üzere, toplumun tamamına adalet ve eşitlik kuralları içerisinde bankacılık ürün ve hizmetlerini sunmak üzere özel finans kurumları adı altında çalışmalara başlamışlardır. Aşağıda katılım bankalarının oluşum sebepleri başlıklar halinde açıklanmıştır.

#### **1.3.1. Dini nedenler**

İslamiyet'teki faiz yasağının katılım bankalarının oluşmasına neden olan sebeplerin başında geldiğini söylemek mümkündür. İslam dinine inanan insanların, ekonomik yaşantıları dahil tüm yaşantılarını dinin kurallarına göre şekillendirme durumunda oldukları düşünüldüğünde İslam dininin insan yaşantısına getirdiği kural ve yasaklar büyük önem kazanmaktadır.

Bu sebeptendir ki İslam dinine inanan insanlar yaşamış oldukları ülkelerinde birikimlerini faiz içeren kurumlarda değerlendiremediklerinden sürekli bir arayış içerisinde olmuş ve bu zaman diliminde atıl kalan büyük bir fon birikimi ekonomiye kazandırılmamıştır (Özsoy, 1997). Atıl olarak bekleyen, ekonomiye kazandırılmayan sermayenin ülkenin kalkınması için ne kadar önemli olduğunu düşünecek olursak katılım bankalarının ekonomiye katkıları ortaya çıkacaktır. Yaşanılan bu gibi durumlardan ötürü, İslam ülkelerinde ve İslam'ın koyduğu kurallar sebebiyle işlem yapamayan ülkelerde, tasarruf oranlarının artırılması ve ekonomiye kazandırılması için İslam'a uygun bir bankacılık platformu oluşturma ya da mevcut sistemleri değiştirme yoluna gitmişlerdir (Polatkan, 1998).

### 1.3.2. Ekonomik nedenler

Katılım bankalarının doğuşunun sebeplerinden bir tanesi de ekonomik nedenlerdir. Ekonomik nedenlerin ilk örneklerini, İslam ülkelerindeki doğal kaynaklardan olan petrolün fiyatlarındaki 1970’li yıllarda görülen fahiş fiyat artışı ve akabinde elde edilen fonların, ekonomide değerlendirme girişimi ile başlamıştır. Petrol fiyatlarının artışı ile büyük bir döviz birikimi olan ülkeler, gelişmek ve kalkınmak için yoğun bir arayış içerisine girmiş ancak, ülkelerinde bu gelişimi sağlayacak alt yapının olmaması ellerindeki fonların yatırıma çevrilmesine imkân tanımamıştır (Yahşi, 2000).

Son zamanlarda İslam ülkelerinin birçoğu ekonomik olarak kendini geliştirmişler ve az gelişmiş ülkeler grubunda yerlerini almışlardır. İnsanlardan toplanan fonların yetersizliği ve hali hazırda bulunan fonların verimli şekilde değerlendirilememesi gibi durumlar gelişim sürecince olan ülkelerde sıkça görülmektedir. Bu tip ülkelerde küçük ve orta ölçekli işletmeler finans sorunu yaşamaktadır. Bu sorun giderilmedikçe ülkenin üretimi azalacak ve kalitesi düşecektir. Özellikle küçük sanayi kuruluşlarının büyük işletme oluşumlarına kaynak çıkartma ve eksikliklerini tamamlama gibi büyük görevleri bulunmaktadır. İslam ülkelerinin gelişmişlik seviyelerinin artırılması için hareketli bir sermaye ortamı oluşturmak, kaynakların transferlerini kolaylaştırmak gerekmektedir. Teknolojinin ve sanayi dallarının revaçta olduğu bu dönemde fon birikimlerine çok büyük ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebepten, fon fazlalığı olan İslam ülkeleri ile fon eksikliği olan İslam ülkeleri arasında oluşturulacak iş ortaklığının her iki taraf için güzel sonuçlar doğuracağı düşüncesi, katılım bankalarının kurulmasına sebep olan başka bir nedendir (Akcan, 1997). Türkiye’ye bakacak olursak, bazı vatandaşlar, dini hassasiyetlerinden ötürü faiz hassasiyeti olmayan bankalar ile çalışmadıklarından birikimlerini yastık altında tutmakta, altın, döviz, taşınmaz gibi alanlarda biriktirmektedir. Sermaye ile ilgili ekonomimizde problemler görülürken bu gibi birikimlerin ekonomi içinde olmayışı, ekonomik kalkınma açısından büyük bir eksikliğe neden teşkil etmektedir.

### **1.3.3. Sosyal nedenler**

Faizsiz bankacılığın doğmasına ve gelişmesine dini ve ekonomik nedenler haricinde sosyal nedenler de büyük bir etken oluşturmuştur. Toplum bireylerin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Toplumda çeşitli sınıflara mensup gruplar halindeki bireyler bulunmaktadır. Köylü, şehirli, esnaf, zengin, fakir gibi sınıf ayrımları bulunmakta ve bu sınıflar arasında kaliteli iletişim önem arz etmektedir (Ustaoğlu, 2014).

Toplumlar arası huzur birliğinin sağlanması ve korunması için toplumdaki sınıflar arasında iletişimin güçlü olması gerekmektedir. Zengin ve fakir arasındaki ekonomik bütçenin adaletli dağıtımının oluşturulmasında faizsiz şekilde çalışan katılım bankaları dikkat çekmektedir (Ustaoğlu, 2014). Katılım bankaları, atıl fonları reel ekonomiye kazandırdığından, istihdam kaynağı oluşturmakta üretim sektöründeki faktörleri aktif hale getirmektedir. Böylelikle toplum içindeki fakir ve zengin sınıfları arasındaki adaletsizliğin önlenmesi amacıyla katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak toplumlar arasındaki sosyal, barışçıl ve gelişmiş bir ekonomi için katılım bankalarının kurulması önemlidir (Ustaoğlu, 2014).

### **1.4. Türkiye Cumhuriyetinde Katılım Bankacılığı**

Türkiye’de faizsiz bankacılık 1980 ve sonrasında ülke ekonomisindeki liberalleşme girişimleri ile gündeme gelmiştir. Farklı sebeplerden dolayı ekonomiye kazandırılmayan halk arasında yastık altı birikim şeklinde tabir edilen tasarrufları, reel ekonomiye dahil etmek için Türkiye’de ilk defa Özel Finans kurumları hizmet vermeye başlamıştır. Özel Finans kurumları Türkiye’de bankacılık sisteminde yer alan bankalara bir alternatif olarak değil, tamamlayıcı olarak görülmüştür (Pekcan, 2006).

Pekcan’a göre ülkemizde Özel Finans Kurumları sağlam yasal haklarla savunulmaktadır, 2005 yılı ve sonrasında yeni Bankacılık kanununun, özel finans kurumlarına vermiş olduğu yeni isim ve yeni şartlarla katılım bankacılığının güzel işlere imza atacağını belirtmektedir (Pekcan, 2006).

Katılım bankacılığının Türkiye'deki tarihsel gelişimini incelediğimizde, başlangıcında özel finans kurumlarının doğuşunu ele almamız gerekmektedir.1975 yılında ülke vatandaşlarının yurt içindeki ya da yurt dışındaki birikimlerini kârlılık düşüncesi ile havuzda toplayarak sanayi sektörüne sermaye oluşturmak amacıyla, Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası (DESİYAB) kurulmuştur. Ancak 1978 yılına gelindiğinde faizli çalışma stratejisine dönmüştür. DESİYAB'ın kurulma amacı, ÖFK'lar için bir idol olmuştur (Pekcan, 2006).

Ülkemizdeki bankacılık pazarında Özel Finans Kuruluşlarının var olmasının iktisadi, sosyal ve politik sebepleri vardır. Örneğin:

- Faiz hassasiyeti bulunan bireyler, birikimlerini faizli bankalarda değerlendirmek istemediklerinden atıl kalan birikimlerin finans sistemine dahil edilerek ekonomiye olumlu katkı sağlamak.
- Ülkeler arasındaki petrol ile dolar ticareti sonucu oluşan Arap fonlarının ülkeye girişini sağlamak.
- Dinler arasında Türkiye'de İslam dininin daha etkili olması.
- Sermaye Piyasası Kurulu'nun 1981 yılında faaliyete geçmesi.
- Türkiye'de mali piyasada serbestleşme, devletin müdahalesinin kaldırılması ve 1983'te İMKB'nin kurulması ÖFK'ların kurulmalarına destek olmuştur.

1980'li yıllarda bugünkü ismi katılım bankası olan Özel Finans Kurumlarının kurulmasının diğer bir gayesi, ekonominin dışa açılmasına katkı sağlamak, sermaye piyasası araçlarının gelişim ve derinleşmesine destek olmaktır (Özcan ve Hazıroğlu, 2000). Bu dönemlerde mali piyasaların değer kazanması, araç piyasasında çeşitliliğin artırılması gibi ekonomik hedefli çalışmalar yapılmıştır. Özel finans kurumları bu çalışmaların meyvesi olarak sonradan bankacılık sistemine dahil edilerek kaynak toplama ve kaynak üretme rolünü üstlenmiştir (Büyükdeniz, 2003).

2005 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisine sunulan yeni bankacılık kanunu oy birliği ile kabul edilmiştir. Kabul edilen 5411 bankacılık kanununa göre;

Özel Finans Kurumları'nın adı katılım bankası olarak değiştirilmiş, Özel Finans Kurumları Birliği'nin ismi ise Türkiye Katılım Bankaları Birliği şeklinde güncellenmiştir. Yeni kanunda banka kavramında değişikliğe gidilerek Katılım Bankaları, Mevduat bankaları, kalkınma ve yatırım bankaları şeklinde açıklık getirerek kurumlara vasıf yüklenmiştir. Bu kanunda katılım bankaları, cari ve katılım hesapları üzerinden mevduat toplayan ve kredi hizmeti sunan kuruluşlar olarak ifade edilmiştir (Pekcan, 2006).

5411 kanununun yürürlüğe girmesi ile Özel Finans Kurumlarının güvencesi niteliğini koruyan Güvence Fonu, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na aktarılmıştır. 2000 krizinde birçok küçük, orta ve büyük şirketler küçülmeye gidip kapanmalarına rağmen katılım bankaları fon kaynaklarının yarısını kaybetmelerine rağmen faaliyetlerine devam edebilmişlerdir. En önemlisi de, katılım bankalarının kendi yapıları gereğince devlete ve ekonomiye yük olmadan rahatça krizi atlattımlarıdır (Pekcan, 2006).

Faizsiz Bankacılık sisteminde bilançoların pasifinde bulunan ve müşterilerden alınan fonların topluluğuna, sabit faiz uygulamasının haricinde kâr, zarar ortaklığı yönteminin kullanılması ilgili kurumlara finansal kolaylık sağladığından krizlerin yönetimine destek olmuştur. Kurumlar, faiz riskinin haricinde kur riski de yüklenmemiş oldular. Verilen kredilerin karşılığında bir taşınmaz ya da emtia olduğundan, kredi verilmiş amacının dışında kullanılmadığı gibi, kredilerin teminatlı olmaları, tahsil edilebilirlik oranını artırmıştır. Bu uygulama, diğer finans kurumlarına nazaran kriz evrelerinin katılım bankalarında rahat atlatılmasına olanak sağlamaktadır. Katılım bankacılığının Dünya genelinde tarihsel gelişimine bakıldığında, Türkiye'deki doğuşu ve gelişimi diğer ülkelere nazaran sonradan aktifleşmeye başlamıştır. Bu gecikme sadece süre bazlı olarak kalmıştır (Ustaoglu, 2014).

1983'de Bakanlar Kurulunun vermiş olduğu izin ile faaliyete başlayan ÖFK'ların sayısı 5411 sayılı kanun düzenlemesinden sonra artmıştır. Kurulan bankaların bilgileri aşağıdaki gibidir;

- 1985 Albaraka Türk

- 1985 Faisal Finans
- 1989 Kuveyt Türk
- 1991 Anadolu Finans Kurumu
- 1995 İhlas Finans
- 1996 Asya Finans
- 2005 Türkiye Finans
- 2015 Vakıf Katılım
- 2015 Ziraat Katılım
- 2019 Emlak Katılım

1998’li yıllarda yerli bir firma Faisal finansın hisselerinin çoğunluğunu satın almıştır. 2001 yılında kuruluş tekrar satışa çıkarak, Family Finans olarak ismini değiştirmiştir. 1991 yılında Ankara da kurulan Anadolu Finans 2005 yılında, BDDK’nın 1685 sayılı kararı sonucunda Family Finans ile güçlerini birleştirerek, Türkiye Finans ismi altında faaliyetlerine devam etmiştir (Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2005). Türkiye’de şu anda altı Katılım bankası müşterilerine hizmet vermektedir. Bu kuruluşlar ile ilgili aşağıda Tablo 1.1’de kısa bilgiler verilmiştir (Emlak Katılım Bankası 2019 yılında faaliyete başladığı için tabloda yer almamaktadır) (Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2018).

**Tablo 1.1.** Katılım Bankaları ve bankacılık sektörü başlıca finansal büyümelemleri milyon TL bazında.

Finansal Başlıklar*		Katılım Bankaları			Bankacılık Sektörü		
		Haz.2018	Ara.2017	Değişim(%)	Haz.2018	Ara.2017	Değişim(%)
TOPLANAN FONLAR **	TP	61.938	57.494	7.7	1.011.254	961.112	5.2
	YP	55.63	43.18	28.8	864.48	733.817	17.8
	YP-MADEN	6.554	4.636	41.4	33.476	24.22	38.2
	TOPLAM	124.122	105.31	17.9	1.909.210	1.719.149	11.1
KULLANDIRILAN FONLAR ***		123.262	106.733	15.5	2.415.973	2145.479	12.6
TAKİPTEKİ ALACAKLAR (BRÜT)			992	-93.4	-12.225	13.176	-129.8
TOPLAM AKTİF		185.942	160.136	16.1	3.671.537	3.257.819	12.7



ÖZ VARLIK	15.156	13.645	11.1	394.672	359.091	9.9	
NET KÂR *** *	1.197	769	55.7	28.921	25.359	14	
PERSONEL SAY ISI	15.31	15.029	1.9	208.878	208.28	0.3	
ŞUBE SAYISI	YURTIÇİ	1063	1.029	3.3	11.527	11.508	0.2
	YURTDIŞI	2	3	-33.3	71	77	-7.8
	TOPLAM	1.065	1.032	3.2	11.598	11.585	0.1

Tablo 1.1’de Türkiye’de katılım bankalarının bankacılık sektöründeki bazı kalemleri ele alınmıştır. Her geçen gün büyümekte olan katılım bankacılığı kalemlerini beraber inceleyelim. Toplanan fonlar bazında incelendiğinde Türk lirası, Yabancı para ve yabancı para – madeni cinsinden diğer bankalara göre yüzdelik oranlarının yüksek olduğu görülmektedir. Kullanılan fonların artması, takipteki alacakların büyük oranda azalması, net kâr marjının % 55.7 oranında yükselmesi ve personel istihdamının artışı katılım bankalarının bankacılık sektöründeki payının artması anlamına gelmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### KATILIM BANKACILIĞI SİSTEMİ VE FİNANSMAN ÇEŞİTLERİ

Bu bölümde; Katılım Bankacılığının temel ilkeleri, Katılım Bankacılığı sistemi, Katılım Bankasının işlevleri ve Katılım Bankacılığında finansman çeşitlerine yer verilmiştir.

#### 2.1. Katılım Bankacılığının Temel İlkeleri

Katılım Bankacılığının temel ilkelerinin en önemlisi “faizsizlik prensibi” dir. Faizin yer aldığı işlemlerin tamamının yasak olduğu gibi, faiz ihtimali olan işlemlerden de uzak durulması gerekmektedir. Fon sağlayan, Katılım Bankası da ortaklık ve katılım eksenli faaliyet yürütüldüğü bilinç ve samimiyeti ile hareket etmelidir (Albarakatürk, 2017). İşlemlerin varlığa dayalı olması esastır. Başlangıçta sadece mal/emtia alım satımına aracılık ediliyor olsa da günümüzde hizmet kalemlerinin alım satımına aracılık etmekte mümkün hale gelmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken diğer bir hususta, katılım bankacılığında sadece İslam’ın faiz yasağına değil, haram saydığı ve ahlak dışı olarak tabir edilebilecek ürün ve hizmetlerin alım satımına da aracılık edilemeyeceğidir.

Katılım bankacılığında risk paylaşımı esastır. Riskler müşteri ve banka tarafından, başlangıçta belirlenen oranlar dahilinde birlikte üstlenilir. Mevduat bankalarında bulunan, sermaye sahibinin riskten tamamen uzak olduğu, her hâlükârda semeresiyle birlikte parasını aldığı durum katılım bankacılığında geçerli değildir.

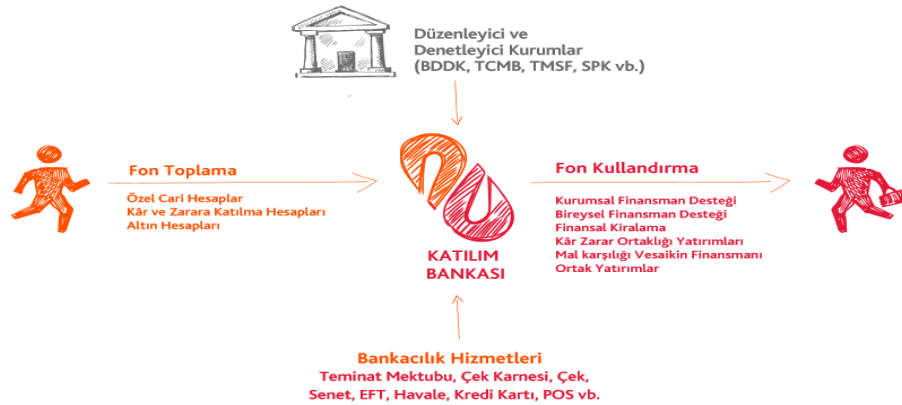
İslam’ın uygun gördüğü şekil itibariyle para bir mübadele aracıdır. Ticari bir mal olarak alınıp satılması yasaktır. Bu sebeple katılım bankaları para ve para niteliğinde olan değerleri alıp satamayacakları gibi alım satımına aracılıkta edemezler. Katılım bankaları, yaptıkları her işlem için kaynak teşkil edecek şekilde müşterileri ile alış veriş sözleşmesi düzenlemek durumundadırlar. Belirsizlik içeren iş ve işlemlerden kaçınmaları gerekmektedir. Yürütülen faaliyetler ve işlemler de dini kurallar, hukuki düzenlemeler, toplumun örf ve ananelerine uygunluk gözetilmeli, meşruiyeti olmayan ürünlerden uzak durulmalıdır. Her şart ve durumda hakkaniyet ve adalet

gözetilmeli, katılım bankacılığının özel ve insani boyutu müşterilere hissettirilmelidir. Her hal ve şartta en fazla kârı elde etme düşüncesi yerine makul ve dengeli olan tercih edilmelidir.

## **2.2. Katılım Bankacılığı Sistemi**

İslami anlayışta iktisadi faaliyetlerin alan genişliğine dikkat edilir ve insan davranışlarına yön vermesinde ekonominin bütün içindeki yerini keşfetmek önemlidir. Faizsiz ekonominin ve faizsiz bankacılığın anlaşılması da İslam'ın hayata, ekonomiye, sosyal yapıya bakışının ve hedeflediği toplumun niteliklerinin bilinmesine bağlıdır. Bu açıdan, İslam'ın önerdiği ekonomi modelinin prensipleri bilinmeden katılım bankacılığının tam manada anlaşılması mümkün olmayacaktır (Tunç, 2010). Faizsiz ekonomi modeli, insana dair piyasanın işleyişine dair ve ekonominin felsefesine dair esaslar içerir. İnsanın görevi, insanın madde ve mana arasındaki dengeyi gözetmesi, helâl ve haram bilinci, mülkiyet hakkı, piyasa mekanizması, ekonomik adaletin tesisi, yardımlaşma, fırsat eşitliği, rekabetin şiddeti gibi kavramlara yaklaşımı ve sorun çözme yöntemleri kendine özgüdür. İslam, ekonominin insani değerlere ve doğaya karşı nötr kalmasını kabul etmez. Ekonomi, sosyal hayatın bir parçasıdır ve bu nedenle daha bütüncül bir yaklaşıma konu olmalıdır. Ekonomik modeller ve davranışlar insan hayatının bütününe olan etkisiyle birlikte değerlendirilmelidir. İnsanın sadece nasıl davrandığı değil, nasıl davranması gerektiği de önemlidir. Gerektiği anda devletin ve otoritelerin işleyişe müdahale etmesi gerekir. Dolayısıyla faizsiz ekonomi denildiğinde anlaşılması gereken kapsam genişlemekte, davranışlar, politikalar ve motivasyon kaynakları ilgi alanına girmektedir. Realite ve norm arasındaki makas norm lehine daraltılmaya çalışılır. Kendisini bu ekonominin bireyi olarak gören insanın ekonomik hayatta amaçları ve bu amaçlarına yönelirken gözetmesi gereken değerleri olmalıdır. Faizsiz ekonomi üzerinde çalışan bilim adamları, ekonomik veya finansal dengelerin kurulması ve korunmasında, sosyal dayanışmanın, vakıf ve derneklerin, hayır kuruluşlarının, zekât ve sadakanın, oruç tutmanın, aile bağlarının arz ve talep üzerindeki piyasa fiyatları üzerindeki etkilerini ve önemini dikkate almalıdır. İslam'da ekonomi düşüncesi,

insanın diğer ekonomik sistemlerden farklı olarak davranışlarında, çalışmalarında ve düşüncelerinde madde ile mana arasında denge aramasını şart koşar. Hizmet veya üretimde topluma hizmet, yakınlarla yardım, zekât vermek, iş imkânları sağlamak gibi karşılığı Allah'tan beklenen davranışlar da vardır. Ekonomik alanda maddi boyut ve manevi boyut dengesi gözetildiği takdirde, insanların gizli kapaklı işler yapmasına, muğlak sözleşmeler ile belirsizlikler oluşturup, birbirlerini mağdur etmelerine fırsat verilmemiş olacaktır. Ticarete, üretimde ve hizmetlerde, satıcı sattığı şeyin kalitesini, özelliklerini, satış şartlarını doğru ifade edecek, alıcı da tam olarak ne aldığı bilerek bedelini ödeyecektir. İslam'ın bu ilkesi aynı şekilde katılım bankalarında, projelere katılan tasarruf sahiplerinin proje ve bankanın işleyiş mekanizması hakkında tam bilgiye sahip olması, katılım bankacılığının şeffaflık prensibidir. Teşebbüs ve emek, İslam'da değer üreten en önemli unsurdur. Faizin yasak olmasının bir nedeni de emeksiz kazanç elde etmenin önlenmesi gereğidir. İslamiyet, ekonomik sistemin temel koordinasyon dinamiği olarak piyasa mekanizmasını kabul eder. Piyasa, ölçülü rekabet sayesinde insanların ihtiyaçlarını temin etme ve ürünlerini satma konusunda uygun fiyat ve ortamı oluşturur. Katılım Bankacılığı sistemi ve işleyiş süreci aşağıda şekil olarak verilmiştir (Albarakatürk, 2017):



**Şekil 1.1.** Katılım Bankacılığı Sistemi

Şekilde yer alan işlemleri şu şekilde ifadelendirebiliriz; ilk olarak, ilgili yasal ve düzenleyici otorite ve kurumlar nezaretinde katılım bankası kurulur, faaliyet süresi boyunca bu kurumların denetim ve gözetimi devam etmektedir. Katılım bankası

mudilerden fon toplamaya başlar, bir taraftan da faizsiz sisteme uygun diğer bankacılık hizmetlerini müşterilerinin kullanımına sunar. Toplanan fonlar mal/emtia ve hizmet finansmanında kullanılır, dönem sonlarında havuzda oluşan kârdan faaliyetler dolayısıyla oluşan zararlar düşülür ve oluşan kâr/zarar müşterilerle paylaşılır.

### **2.3. Katılım Bankasının Görevleri**

Katılım bankaları kuruldukları tarihten itibaren mevduat bankalarına paralel olarak, onların sundukları hizmetlerin büyük bir kısmını faizsiz olarak vermeye başlamışlardır. Katılım bankaları ülkemizdeki bankacılık sisteminde, mevduat bankalarını tamamlayıcı bir rol üstlenmektedirler. Katılım bankaları işlevsel olarak mevduat bankalarına benzemelerine karşın fon toplama ve kullandırma yöntemleri açısından mevduat bankalarından ayrılmaktadırlar. Katılım bankaları fon transferi ve havale işlemleri, finansman işlemleri, döviz alım satımı, çek ve senet işlemleri, gayri nakdi krediler (teminat mektubu, aval vs.) başta olmak üzere çeşitli bankacılık hizmetlerini sağlamaktadırlar (Eskici, 2007).

Katılım bankalarının ülke ekonomisine önemli katkıları bulunmaktadır. Üstlendikleri tamamlayıcı rol dolayısıyla, faiz hassasiyeti nedeniyle finansal sisteme girmeyen fonların sisteme dahil edilmesini sağlamaktadırlar. Sadece ülke içerisinden değil yurt dışından, özellikle Körfez ülkelerinden faiz hassasiyeti nedeniyle ülkemize gelmeyen kaynağında aktarılmasına aracılık etmektedirler. Bu sayede hem ülkenin kaynak ihtiyacına destek olmakta hem de tasarruf sahiplerine kazanç sağlamaktadırlar. Elindeki fon fazlasını faiz nedeniyle ekonomik sisteme dahil etmeyen kesimin bu kaynakları dolayısıyla elde edebilecekleri faydadan mahrum kalmalarını engellemekte ve gelir dağılımına olumlu katkı sunmaktadırlar. Yaptıkları her işlemin doğrudan reel işlemlere kaynak teşkil etmesi, gerçek olmayan, kayıtsız hiçbir işlemi finansa etmemeleri ve her işlemde fatura istemeleri ülkemiz gibi, gelişmekte olan ülkelerin en önemli problemlerinden olan kayıt dışı ekonomik faaliyetler ve devletin vergi kaybı sorununu azaltıcı fayda sağlamaktadır. Ödedikleri kurumlar vergisi ve KDV ile ülke hazinesine katkı sunmaktadırlar (Özbay,2014).Diğer taraftan faiz

hassasiyeti hususu, sadece kaynak fazlası olanlar için değil kaynak ihtiyacı olanlar için de önemli bir faktördür. Faiz hassasiyeti nedeniyle fon kullanmayan müteşebbisler de bu sayede faizsiz kaynak temin ederek yatırımlarını büyütmede, dolayısıyla reel sektörün gelişimine katkı sağlandığı gibi istihdama da önemli katkı sunulmaktadır. Ekonomik krizler konusunda ise 1990 körfez krizinden başlamak üzere, ülkemizin ve dünyanın bugüne kadar yaşamış olduğu krizler göz önüne alındığında, katılım bankalarının iyi bir sınav verdiği, bu krizlerden en az hasarla çıkan kurumlar olduğu söylenebilir. Bu hususta ise katılım bankalarının fon sağlayan kesim için belirli bir getiri taahhüdünde bulunmamaları ve oluşacak kâr/zararı müşterileri ile paylaşacak olmaları onların en büyük avantajı durumundadır.

#### **2.4. Katılım Bankasının Finansman Çeşitleri**

Katılım bankalarının fon kullandırmadaki temel gayesi, genel olarak dinen haram sayılmayan her türlü reel ekonomik işlemi finansa etmektir. Kredilendirme sürecini genel kapsam itibariyle iki kısma ayırabiliriz. Bunlar “Peşin alım-Vadeli satış” (Murabaha) ve “Kâr- Zarar ortaklığı” (Mudarabe, Müşaraka) şeklindedir. Peşin alım-vadeli satım işleminde kredilendirme mal ve hizmet alım satımı şeklinde yapılır, doğrudan ticari faaliyetlere kaynak sağlanır. Diğer kredilendirme çeşidi ise doğrudan ortaklığa dayanmaktadır. Bahsedilen finansman türlerinin hiçbirisi İslam’a aykırı olamaz ve insanlığa yararı olmayan faaliyetleri kapsayamaz. Bu özelliği itibariyle katılım bankaları geleneksel bankalardan ayrılmaktadır. Halbuki geleneksel bankalar için verilen kredinin nerede kullanılacağına hiçbir önemi yoktur. Onlar için kredinin teminatı ve alınacak faiz önem arz etmektedir (Canbaz, 2018). Katılım bankalarının en önde gelen özellikleri, sağladıkları fonun faizsiz olması, insanlığa faydalı ve ekonomik istikrarı destekleyici olması, İslam’ın yasakladığı spekülasyon, fırsatçılık, aldatma, hileli satış gibi işlemlere kapalı olmasıdır. Bu sistemde herhangi bir finansal işlem, her hâlükârda reel bir değere dayanır. Bu ise, sadece bir mal veya hizmetin alım satımı ya da bir ortaklığa dayanır. Sermaye sisteme bir üretim faktörü olarak dahil edilir, ticari olarak alım satımı mümkün değildir. İşlemler ticari nitelikli olduğu için sonucunda da riskin paylaşımı esastır. Tek taraflı kazanç söz konusu olmadığı

gibi, tek taraflı kazancın ortaya çıkardığı krizlere de mahal verilmemiş olmaktadır. Katılım bankalarının fon kullandırma yöntemleri şu şekilde sıralanabilir (Albarakatürk, 2017);

- Murabaha
- Ortaklık
- Selem
- İcare (Kira)
- Sukuk
- İktina
- Karz-ı Hasen (Borç Verme)
- Tavarruk (Uluslararası Murabaha)
- Gayri Nakdi Krediler

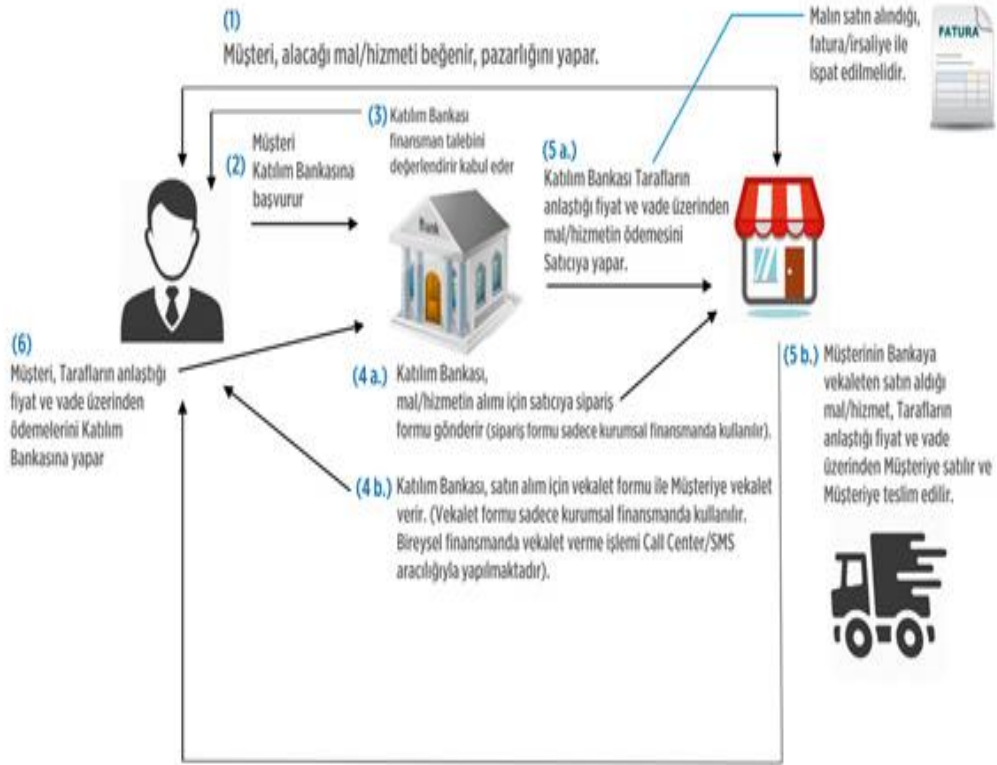
#### **2.4.1. Murabaha**

Katılım bankalarının en çok kullanmış olduğu fon kullandırma yöntemlerinden bir tanesidir. Murabaha sisteminde üç taraf vardır; banka, banka müşterisi ve banka müşterisinin talep ettiği malın sahibi. Murabaha yöntemi ile taraflardan üçü de fayda sağlar. Banka için avantajı, bir malın peşin alıp vadeli satmasından doğan kâr, satıcı için kârlı bir satış ve alıcı içinde faizsizlik prensibi ile peşin alamayacağı bir malı vadeli şekilde almasıdır. Ticari tüm işletmeler, hammadde, mamul, makine, teçhizat gibi elle tutulan, gözle görülebilen İslam'a uygun emtiaları üçüncü kişilerden peşin almakta ve ihtiyaç sahiplerine vadeli satılmaktadır. Bu işleme murabaha denilmektedir. İşletmenin devamlılığını sürdürmesi için bu faaliyetlere ihtiyacı vardır. Faizsiz bankacılık sisteminde, bu şekilde kredi kullandırılarak, emtianın kuruma maliyet fiyatının üzerine emtiayı alan kişi ile uzlaşılacak oranda kâr eklenerek satış yapılarak sonuçlandırılır (Bulut ve Er, 2012). Murabahada belirlilik esas olduğundan söz konusu malın alım fiyatı, oluşacak kâr ve malın satış bedeli belli olmalıdır. Ayrıca murabaha işleminde malın fiziken elle tutulur gözle görülür olması

ve ilgili kurumların malı satın aldıktan sonra satması gerekmektedir. Ancak alıcının malı almaktan cayması gibi bir durumun vuku bulması banka tarafından risk demektir. Böyle bir riskin önüne geçmek için banka, satın alma talebini müşteriden yazılı olarak istemektedir (Erdoğan, 2011).

Murabahanın işleyiş süreci aşağıda şekil yardımıyla ifade edilmiştir:

(<http://katilimfinansdergisi.com.tr/katilim-bankalari-ve-murabaha/31/03/2019>).



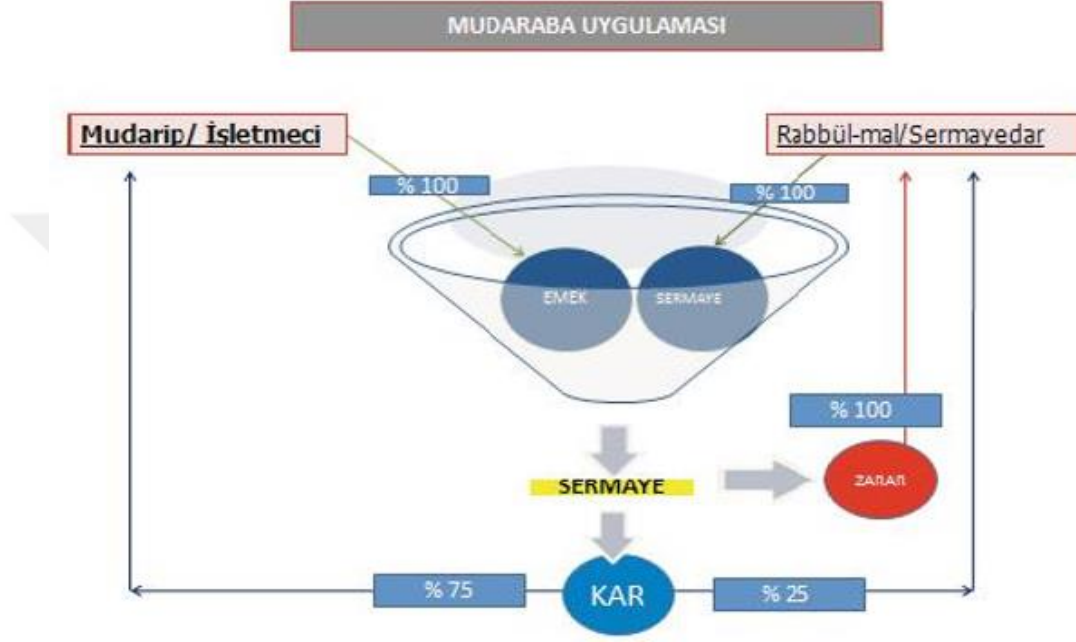
**Şekil 2.1.** Katılım Bankalarında Bireysel ve Kurumsal Finansman Desteği Mekanizması

#### 2.4.2. Ortaklık

Mudarebe, kelime manası olarak kâr paylaşımı ya da kâr ortaklığı demektir. Mudarebe işleminin gerçekleşebilmesi için her iki tarafında, amaçlarında ticaret yapma olmalıdır. Ortaklardan biri emeğini o iş için ortaya koyarken, diğer tarafında sermayesini ortaya koyması gerekmektedir. Söz konusu mudarebe akdi, önceden belirlenen oranda kâr paylaşımını gerektiren bir ortaklığı temsil eder (Kınalı, 2012).



Mudarebede sermaye tarafı olan banka, yatırım için ihtiyaç duyulan kaynakları sağlarken, emek tarafını temsil eden taraf girişimciliğini sunar. Mudarebe işleminden sonra çıkan kâr işlem öncesinde uzlaşılan oranlarca müşteri ile banka ortaklığınca pay edilir. Bu sistem genellikle yatırım projeleri finansmanında kullanılır (Serpam, 2013).

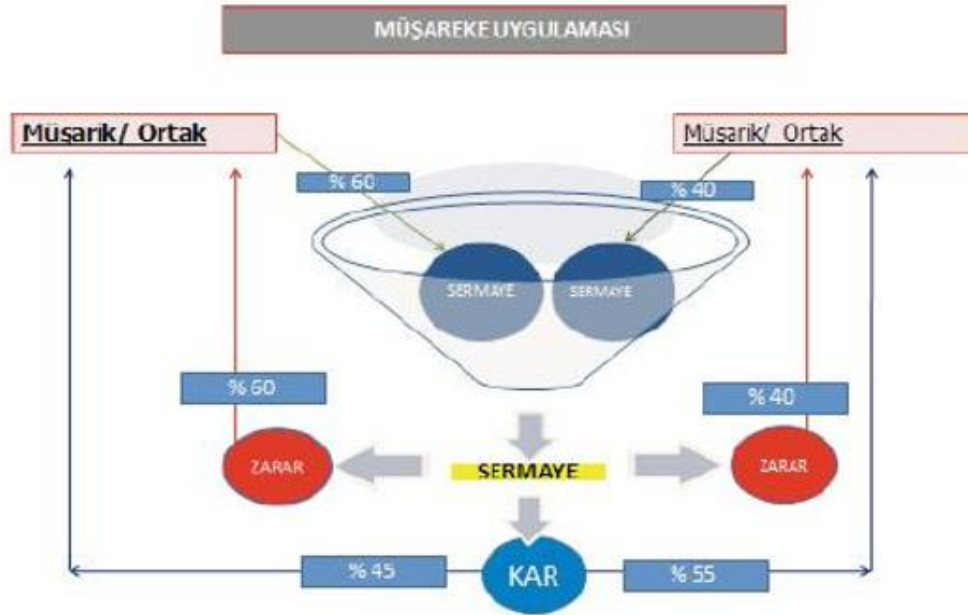


Şekil 2.2. Katılım Bankacılığında Mudaraba Uygulaması

İşletmelerde emeğin ve sermayenin birleşmesi ile oluşan ortaklık yönetim çalışma sistemine müşareke denilmektedir. Kâr marjı yüksek olan sektörlerde faaliyet gösteren işletmelere faizsiz bankacılık sisteminde kurum kendi sermayesi ile ortaklık oluşturur. Mudarabadan farkı, öz sermaye ortaklığı yaparak, ortakların hem sermayede hem de yönetimde söz sahibi olmasıdır (Bulut ve Er, 2009).

Müşareke de kâr-zarar ortaklığı doğrultusunda işlem yapıldığından, tüm taraflar kâra ve zarara ortak olmaktadır. Oluşan kâr, ortaklara önceden belirlenmiş oran ile paylaşılırken, zarar oluştuğunda zarar paylaşımı sermaye oranında yapılmaktadır (Parlakkaya ve Çürük, 2011).

Müşaraka uygulamasını ifade eden şekil aşağıda paylaşılmıştır (Albarakaturk, 2017).



Şekil 2.3. Katılım Bankacılığında Müşareke Uygulaması

#### 2.4.3. Selem

Selem yönteminde alım satıma konu mal veya hizmetin ilerleyen dönemlerde ihtiyaç sahibi tarafından teslim alınması gerekirken banka tarafından müşteriye peşin ödeme yapılır. Bu şekilde malın üretimi ya da temini banka tarafından finanse edilmiş olur. Müşterinin talepleri doğrultusunda üretilecek ya da temin edilecek malın kalitesi, sayısı ve özellikleri banka ile satıcı arasındaki anlaşmada yer alır. Katılım bankası

malı tedarikçi için tedarik ettiyse beklenen sürenin sonunda malı müşteriye satar (Tunç, 2010). Bir malın üretiminin yapılabilmesi için peşin ödeme yapılmadan, üretimin bitiş tarihinin belirtilmeden müşteri ile imalatçı arasında yapılan iş anlaşmasına istisna denilmektedir. Bu anlaşma şekli ile ihtiyaç sahibi ilgili ürününün üretilmesinin rahatlığını yaşarken, imalatçı ise malın satılıp satılmama kaygısından kurtulmuş olmaktadır (Yılmaz, 2010).

#### **2.4.4. İcare (Kira)**

Bir taşınmazın ya da emtianın kiraya verilmesi durumuna icara denilmektedir. Girişimcinin faaliyetlerine başlaması ya da devam ettirebilmesi için ihtiyacı olan taşınmaz ya da ekipmanları faizsiz finans kurumu tarafından satın alınır, girişimciye kiraya verilir. Bankanın amortisman giderlerinin haricinde, kâr getirisi olacak şekilde kira bedeli belirlenir (Takan ve Acar Boyacıoğlu, 2011).

#### **2.4.5. Sukuk**

Finansal sertifikanın Arapça adı olan Sukuk; bir malın menkul kıymetleştirilerek sertifikalar üzerinden satımıdır. Sukuk, faizsizlik prensibi ile özel amaçlı şirketler tarafından kullanılan sermaye ya da taşınmaz ortaklığını temsil eden finansal sertifikadır. Sukuk ihraç işlemi kazanılan fona ya da sermayeye göre bir projenin gerçekleştirilebilmesi, geliştirilmesi ve ticari faaliyetlerde kullanılmasıdır. Sukuk işleminin orta ve uzun vadeli zaman dilimleri olduğu gibi sabit ve değişken faizsizlik prensibi ile kâr getirisi de bulunmaktadır. Fon karşılığında kazanılan bu sertifikaların oranınca ilgili mala ortaklık da söz konusudur. Bu sebepten ilgili varlığın getirisi de o oranda sukuk sahibinin olur (Özsoy, 2012).

#### **2.4.6. İktina**

Zamanı belirlenmiş dönemler içerisinde, emtia ya da taşınmaz katılım bankaları tarafından kiraya verilir. Kiracı kiraladığı malın kirasını ödemekle birlikte mülkiyetini alabilmesi için aynı zamanda ek taksit ödemesi gerçekleştirir. Belirlenen

dönem sonucunda kiralık olan mal kiracının olur. Bu tür işlemlere İktina denilmektedir (Takan ve Acar Boyacıoğlu, 2011).

#### **2.4.7. Karz-ı Hasen (Borç Verme)**

Karz-ı hasen maddi sorunlar yaşıyan kişi ya da kurumlara ihtiyacını giderecek kadar nakdi destek sağlayıp, hiçbir kâr amacı gütmeyen ilgili ana paranın belirlenen zaman sonrasında geri alınma durumudur. Karz-ı hasen uygulamasında her ne kadar vade günü belirlense de o vadenin hükmü yoktur.

Karzı veren karz miktarını her an isteyebilir, karzı alan kurum ya da kişi ise dilediğinde borcunu verebilir. Dinen uygun olmayan durumlarda karz-ı hasen uygulamasının geręekleşmesi kesinlikle mümkün değildir (Aktepe, 2013).

#### **2.4.8. Tavarruk (Uluslararası Murabaha)**

Bu fon kullandırma sistemi, kısa vadeli likidite fazlalıklarının katılım bankaları tarafından kullandırılmasıdır. Tavarruk faaliyeti ile faizsiz bankalar, uluslararası emtia piyasasından malı peşin alır belli bir kâr payı üzerine ekleyerek ihtiyaç sahibi olan kişilere vadeli satar (Öztürk, 2011).

#### **2.4.9. Gayri Nakdi Krediler**

Bu tür faaliyetler geręek ya da tüzel kişilere ihtiyaç duydukları güvencenin katılım bankası tarafından verilmesidir. Katılım bankaları yurt içinde genellikle teminat mektupları, yurt dışında ise akreditif ile müşterisine kefil olmaktadır. Gayri nakdi kredi uygulamalarında katılım bankalarından nakit çıkışı gerekmemektedir. Katılım bankalarının başlıca gayri nakdi kredileri olan çek karnesi, teminat mektubu, akreditif gibi uygulamalarında, banka tarafından belirlenmiş olan komisyon oranları üzerinden işlem yapılmaktadır. Gayri nakdi kredi kullanan tüzel ya da geręek kişiye banka tarafından limit tahsis edilir. Bu limit müşterinin kriterlerine göre banka tarafından artırılıp azaltılabilir (Karakoç, 2011).

Gayri nakdi kredi türleri aşağıda yer almaktadır.

- Akreditif
- Kabul kredileri
- Teminat mektupları
- Çek karneleri
- Bloke çekler

## **2.5. Katılım Bankacılığı Sisteminin Avantajları**

Ülke ekonomisinin kalkınmasında temel faktörlerden birisi, çeşitli sebepler dolayısıyla sistem dışında kalmış atıl fonların farklı enstrümanlar yoluyla bankacılık sistemine kazandırılması ve reel ekonomiye kanalize edilmesidir. Atıl kaynaklar ne kadar çok ekonomik faaliyetler içerisine dahil edilirse ülke ekonomisinin gelişimi o denli güçlü olacaktır. İşte katılım bankaları bu noktada geliştirdikleri faizsiz ürünlerle, faiz sebebiyle sisteme girmeyen kaynakların sisteme aktarımına önemli ölçüde destek olmaktadır (Pehlivan, 2016). Diğer taraftan özellikle krizler döneminde gösterdikleri performansla geleneksel bankalardan ciddi manada ayrılmaktadırlar. Örneğin 2001 krizinde geleneksel bankaların yaklaşık 20 tanesi TMSF'ye devrolmuştur ve o dönemde geleneksel bankalara devlet tarafından verilen sınırsız mevduat güvencesi nedeniyle ciddi manada kamu yüküne sebep olmuşlardır. Aynı dönem içerisinde ÖFK'lardan sadece 1 tanesi TMSF'ye devrolmuştur ve devlet güvencesi olmadığı için kamuya herhangi bir yük oluşmamıştır. Katılım bankalarının faizli işlem yapmamaları dolayısıyla herhangi bir taahhütleri olmadığı ve reel işlemler haricinde fon kullandırmamaları bu süreci daha rahat atlatabilmelerini sağlamıştır (Çoşkun, 2008).

## **2.6. Katılım Bankacılığı Sisteminin Eksikleri**

2001 yılında İhlâs Finans'ın iflası ve müşterilerin yaşamış olduğu sıkıntılar katılım bankacılığına olan güvenin azalmasına yol açmıştır. Ancak 2001 yılı ve sonrasında yapılan yasal düzenlemeler ve bankacılık sektörünün güvenilir hale gelmesi, katılım

bankacılığının da güvenilirliğini arttırmıştır. (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/287159,02.04.2019>)

Katılım bankacılığı sistemine ilişkin başlıca eksiklikler şu şekilde sıralanabilir:

- Geleneksel bankalar, faizsizlik kısıtı olmadığı için katılım bankalarına nazaran daha fazla ürün yelpazesine sahiptirler. Ülkemizdeki mevcut durumda katılım bankalarının geleneksel bankalardan ayrıştığı ürün grubu neredeyse bulunmamaktadır. Ancak geleneksel bankalarda bulunan ürünleri faizsiz olarak sunma gayreti içerisinde olduklarıdır.
- Katılım bankaları, fon sağlayanlara net bir getiri taahhüdünde bulunamadıklarından, yatırımcılar açısından bir belirsizlik bulunmaktadır.
- Katılım bankaları finansman işlemlerini vadelenendirerek ve taksitlendirme yöntemiyle yapmaktadır. Taksitlerin içerisinde anapara ve kâr bulunmaktadır. Bulunan bu kârdan fon sahiplerine pay dağıtılmaktadır. Vadelenendirme dolayısıyla geri ödemelerin uzun bir döneme yayılması tahsilat sürecinin uzamasına sebep olmaktadır. Buda fon sahiplerinin piyasa ortalamasının altında bir getiri elde etmeleri sonucunu doğurmaktadır. Oysa geleneksel bankalar, borçlu cari hesap, kredili mevduat hesabı ve devlet iç borçlanma senetleri gibi enstrümanlara yatırım yaparak daha kısa sürelerde daha esnek hareket edebilmekte ve mevduat sahiplerine yüksek faiz getirisi sunabilmektedirler (Özkan, 2012 ).
- Katılım bankaları faturalandırılabilenden mal ve hizmet alımlarını finanse edebilmektedir. Ancak günümüz ülke ekonomisinde birçok sektörde mal ve hizmet alınmaları resmi olmayan satışlar üzerinden yapılmaktadır. Katılım bankaları resmi olarak belgelendirilemeyen işlemlerin finansmanına aracılık edememektedir.
- Katılım bankacılığında işlemler faturalandırılarak yapıldığından fonlama işlemlerinde operasyonel işlem süreci geleneksel bankalara nazaran daha uzun sürebilmektedir.

- Katılım bankaları, topladıkları kaynakların genelinin kısa vadeli olması, getiri oranının yüksek ve riskliliğin az olması nedeniyle murabaha işlemlerine ağırlık vermektedirler. Asıl enstrümanları olan ortaklık işlemleri, toplam fonlama içerisinde çok düşük kalmaktadır. Bu da zaman zaman katılım bankalarının geleneksel bankalara benzetilme tartışmasına sebep olmaktadır (Özkan, 2012).
- Faiz içermesi nedeniyle getirisi yüksek, riski düşük olan devlet borçlanma senetlerine yatırım yapamazlar.
- Katılım bankaları faizli ve likit sermaye piyasası araçlarının alış-verişinin yapıldığı bankalar arası para piyasasında işlem yapamazlar. Bu nedenle, gecelik olarak nakit fazlalarını satarak değerlendirme veya bu piyasada günlük nakit ihtiyaçlarını karşılama imkânına sahip değildirler.
- İslami finansal varlıklar için organize veya organize olmayan ikincil piyasalar yoktur. Kendilerine özel borsaları/piyasaları bulunmayan bu kurumların hem birincil hem ikincil piyasa olan borsalarda bazı hususlara dikkat etmek koşuluyla işlem yapması mümkündür (Özkan, 2012).
- Klasik bankaların bir departman kurmak suretiyle İslami esaslara uygun işlemler yapabilmeleri, katılım bankaları için rekabet açısından önemli bir dezavantajdır. Nitekim uluslararası bankaların birçoğu, faiz dolayısıyla kendilerine gelmeyen kaynağı kendilerine çekebilmek için pencere bankacılığı olarak faizsiz bankacılık hizmeti sunmaktadırlar. Ancak katılım bankalarının böyle bir imkânı bulunmamaktadır.

- 

## **2.7. Katılım Bankaları ile Mevduat Bankalarının Yapı ve İşleyiş Olarak Karşılaştırılması**

Katılım bankacılığı temelde şu özellikler ile geleneksel bankacılıktan ayırt edilebilmektedir (Kınalı, 2012):

- Katılım bankaların tüm işlemleri faizden arınmış olmalıdır.

- Yapılan işlem sonucu oluşan kâr ve zararlar banka ve müşterileri arasında paylaşılır.
- Yapılan tüm işlemler bir varlık veya bir hizmete dayanmalıdır.
- İşlemler içinde belirsizlik bulunmamalıdır.
- Kumar yasağı gibi İslam'a aykırı faaliyetleri içermemelidir.
- Etik olmayan veya haram kabul edilen işlemlere yer verilmemektedir.

Yapılan bu ayrımlarla katılım bankaları ile geleneksel bankaların arasında olması gereken farklılıklara dikkat çekilmiştir.





## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BANKACILIKTA MÜŞTERİ ALGISI VE MÜŞTERİLERİN BANKA TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

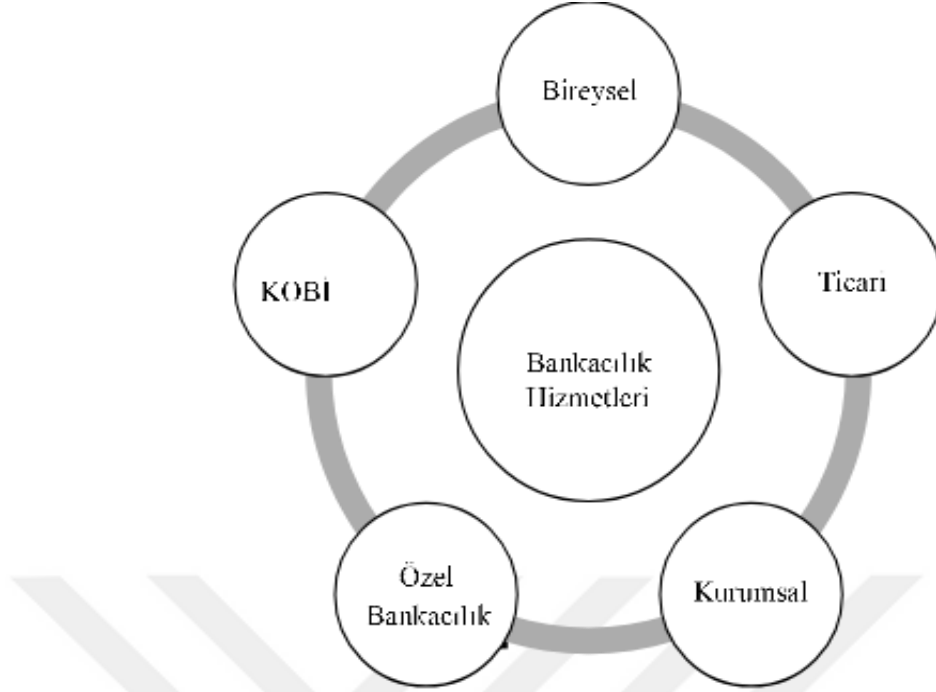
Bu bölümde; Katılım bankalarında müşterilerin banka tercihlerini etkileyen faktörler, Katılım bankacılığı tercih sebepleri ile ilgili literatür taraması ve bankacılıkta müşteri algısı konularına yer verilmiştir.

#### 3.1. Hizmet Kalitesi

Bankacılık sektöründe hizmet kalitesi bireysel ve kurumsal müşterilere kredi veya kredi kartı vermek, para yatırma ve çekme işlemlerini gerçekleştirme, yatırım işlemlerini yapma, para transferlerini gerçekleştirme, fatura ve vergi ödemelerini yapma gibi tüm bankacılık faaliyetlerini içermektedir. Bankacılık sektöründe hizmet, toplanan ve verilen mevduat arasında alınmakta olan faiz ve komisyonlar kapsamında üretilen hizmetler olarak ifade edilmektedir (Kuş Khalilov ve Gündebahar, 2012).

Bankaların temel faaliyetleri arasında mevduatların toplanması ve bu mevduatların çeşitli faiz oranları ile kredi olarak verilmesinin yanı sıra farklı hizmet türleri de mevcuttur. Bankaların ana hizmet alanları dışında yan hizmet alanları da bulunmaktadır. Bunlar mali ve sosyal yan hizmetlerdir. Bankalar uzun vadede bankaya müşteri çekmek ve piyasa koşullarında banka kârlılığını korumayı amaç ederler. Ayrıca bankalar ekonominin işleminde önemli finansal roller üstlenmektedirler. Ekonominin genişlediği veya darlaştığı dönemlerde piyasanın işleyişini sağlayabilmek adına devlet politikaları kapsamında faaliyetlerde bulunmaktadırlar (Tarhan, 2010).

Bankacılık sisteminde hizmet, müşteri memnuniyeti odaklıdır. Müşterilerin talep ve beklentileri kapsamında bankacılık hizmetleri şekillenmekte ve sınıflandırılmaktadır. Bankacılık hizmetleri kapsamında müşteri portföyü kapsamında hizmetlere yönelik çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Bu sınıflandırma aşağıdaki şekilde verilmiştir.



**Şekil 3.1.** Bankacılık Hizmetleri Sınıflandırması

Bankacılık hizmetlerindeki gelişme ve çeşitlenmeler özellikle teknolojik gelişmelerle beraber hız kazanmakta ve derinleşmektedir. Teknolojik gelişmelerle beraber bankaların sunmuş oldukları ürünler daha çeşitli bir hal almaktadırlar. Bankalar her müşteri portföyüne uygun olarak yeni çalışmalar yürütmekte ve bu çalışmaların planlanmasında iş zekası araçlarından ve veri madenciliğinden faydalanmaktadırlar. Bu sayede müşteri portföyüne en uygun yeni hizmetler sunulmakta ve bu sayede piyasada rekabet üstünlüğü yakalanmaya çalışılmaktadır (İraz vd., 2012).

Bankacılık sistemi var olduğu günden bugüne kadar olan gelişmelerle birlikte farklı hizmetler sunmaya başlamıştır. Bankacılık sistemi kapsamında sunulan hizmetlerin genel olarak geleneksel ve modern bankacılık hizmetleri olarak ele alınması mümkündür. Bu hizmetlerin şu şekilde ifade edilebilir (Oğuz, 2010).

1. Geleneksel bankacılık hizmetleri şu şekildedir;

- Mevduat toplama: Bankalar bireylerin veya kurumların elinde olan fazla fonları belli bir bedel karşılığında toplamakta ve vade sonlarında anapara ve tespit edilen bedel karşılığını geri ödemektedir. Toplanan mevduatlarla

piyasadaki fon ihtiyacı olan birey ve kurumların gereksinimleri de krediler üzerinden giderilmektedir.

- Kredi verme: Bankalar belli şartları sağlayan birey ve kurumlara nakit gereksinimlerini karşılamak adına belli bir bedel karşılığında kredi vermektedir.
- Bankacılık Hizmetleri: Ticaret bankaların fon temini ile dağıtılması dışında yapmış olduğu tüm işlemleri kapsamaktadır. Bu hizmetler içerisinde tahsil senetleri, kiralık kasalar, repo hizmetleri, menkul değerler gibi hizmetler yer almaktadır.

## 2. Modern Bankacılık Hizmetleri;

- Kredi Kartı: Günümüzde bankaların hemen hemen hepsi kredi kartı hizmeti vermektedir. Bankalar Dinner Clup, Visa, Mastercard gibi kredi kartı hizmeti veren kurumlarla anlaşarak müşterilerine bu hizmetleri sağlamaktadır.
- Tüketici Kredileri: Ticari amaçlar dışında tüketicilerin gereksinimlerini sağlayabilmeleri adına onlara verilen kredileri ifade etmektedir.
- Menkul Kıymet Hizmetleri: Varlığa dayalı menkul kıymet, yatırım fonu alım işlemleri, hazine bonusu gibi varlıklarla ilgili hizmetleri kapsamaktadır.
- Satış noktalarından Elektronik Fon Transferi (EFT): Müşterilerin sahip oldukları banka hesaplarından, bir kart kullanılarak terminallerden satıcı bankaların hesaplarına para gönderilmesi faaliyetlerini ifade etmektedir.
- Ev ile ofis bankacılığı: Müşterilerin evlerindeki veya ofislerindeki telefon, bilgisayar, kablolu televizyon gibi hatlar üzerinden bankalara bağlanması ve hatlar üzerinden kendi hesaplarında işlemler yapabilmesi anlamına gelmektedir. Söz konusu işlemler kapsamında müşteriler döviz alıp satabilmekte, hesap durumunu izleyebilmekte, ödeme işlemleri yapabilmekte ve diğer farklı işlemleri yerine getirebilmektedir.
- Bilgi Danışma (Müşteri temsilciliği) Hizmetleri: Müşterilerin gereksinimlerine daha iyi cevap verebilmek amacıyla sağlanan bir hizmettir.

### 3.2. Bankacılık Hizmet Türleri

Bankacılık hizmetlerinde en temel olarak mevduat toplamak ve kredi kullandırmak yer almaktadır. Bankacılık hizmetleri mevduat toplamak, kredi kullandırmak ve diğer hizmetler olmak üzere üçlü sınıflamaya tabi tutulmaktadır.

Bankaların vermiş oldukları krediler, belirli bir zaman diliminde, belirli faiz oranıyla ve belirli miktardaki bedelin gerçek veya tüzel kişiye ya da devlete kullandırılması durumudur. Bankaların vermiş oldukları kredilerin müşteri portföyüne ve kullanım amacına göre farklı şekillerde isimlendirilmektedir. Bireysel ve kurumsal olarak sınıflandırılan banka kredileri kendi içinde ticari, konut veya otomobil kredisi şeklinde sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır (Kayan, 2009). Mevduat ise sözlü, yazılı ya da herhangi bir biçimde halka duyurulmak suretiyle ivazsız ya da ivaz karşılığında, talep edildiğinde veya önceden belirlenen bir vadede geri ödenmek üzere kabul edilmekte olan para şeklinde ifade edilmektedir. Bankacılık kanununa göre mevduatların toplanmasında bankaların aracı konumunda olduğunu söylemek mümkündür. Tasarruf sahiplerinden toplanan mevduatlar ihtiyaç sahiplerine banka komisyonu ve belli faiz oranları dâhilin de verilmektedir. Böylece bankalar tasarruf sahipleri ve ihtiyaç sahipleri arasında bir aracılık hizmeti üstlenmiş olmaktadır. Bankaların kredi kullandırma ve mevduat toplama dışında farklı hizmetleri de söz konusudur. Bu hizmetler şu şekilde sıralanmaktadır (T.C. Resmî Gazete, 19 Ekim 2005, Sayı: 25983):

- Mevduat ya da katılım fonu kabulü,
- Nakdî ve kaydî ödeme ve fon transferi ile ilgili işlemlerin gerçekleştirilmesi, çek hesaplarının kullanılmasına kadar olan her türlü transfer işlemlerinin gerçekleştirilmesi,
- Saklama hizmetleri,
- Çek ve kambiyo senetlerinin iştirası işlemlerinin gerçekleştirilmesi,
- Kredi kartı ve diğer ödeme araçlarının ihracını yapma ve bu ödeme araçlarıyla ilgili faaliyetlerin yürütülmesini sağlama,

- Kambiyo işlemlerinin yerine getirilmesinin sağlanması,
- Türev araçlarının, vadeli işlem ve opsiyon sözleşmeleriyle ilgili olarak her türlü işlemin yerine getirilmesi,
- Sermaye piyasası araçlarıyla ilgili olarak işlemlerin yerine getirilmesi,
- Sermaye piyasası araçlarına yönelik satış ve halka arz işlemlerinin gerçekleştirilmesi,
- İhraç edilmiş olan araçların satışına yönelik aracılık hizmetlerinin gerçekleştirilmesi,
- Başkaları adına çeşitli garanti hizmetlerinin üstlenilmesi,
- Portföy işletmeciliği ve yönetimi işlemlerinin gerçekleştirilmesi,
- Yatırım danışmanlığı işlemlerinin gerçekleştirilmesi,
- Faktöring ve forfaiting işlemlerinin gerçekleştirilmesi,
- Finansal kiralama işlemlerinin gerçekleştirilmesi,
- Piyasada bankalar arası para alım ve satım işlemlerinin gerçekleştirilmesi,
- Sigorta acenteliği ile ilgili hizmetlerin sunulması
- Bireysel emeklilik hizmetleriyle ilgili olarak aracılık hizmetlerinin gerçekleştirilmesi.

Bankalar sunmuş oldukları tüm bu hizmetleri banka şubelerinden, telefon bankacılığından, mobil bankacılık veya internet bankacılığı üzerinden gerçekleştirebilmektedirler. Teknolojinin gelişmesiyle beraber müşterilerin mobil bankacılık ve internet bankacılığını daha sıklıkla tercih etmesi, işlemlerin büyük ölçüde banka şubeleri dışında gerçekleşmesini sağlamaktadır. Bankacılık hizmetleri, farklı müşteri taleplerine göre şekillenmektedir. Müşterilerin farklı talepleri karşısında bankacılık hizmetlerinin verilmesi ve sunulması farklılık gösterebilmektedir. Müşterilerin satın alma davranışlarına göre bankacılık hizmetleri farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Bankaların müşteri taleplerine göre farklı sınıflandırmaya gitmeleri, müşterileri elde tutma ve müşterileri bankaya çekebilme

stratejilerinden kaynaklanmaktadır. Bankalar her müşteri portföyüne farklı şekillerde yaklaşım sergileyerek, müşterilerini artırma yolunu aramaktadırlar. Bu sınıflandırma aşağıdaki şekilde verilmiştir.



**Şekil 3.2.** Bankacılık Hizmetlerinin Satın Alma Davranışına Göre Sınıflandırılması

Bankacılık hizmetlerine yönelik beklentilerin farklılık göstermesi, bankacılık hizmet sunumunu da farklı şekillerde ortaya çıkarmıştır. Bankacılık sektöründe hizmet faaliyetleri temel olarak üç sınıflandırmada gerçekleşmektedir. Bu sınıflandırma şu şekildedir (Timur, 2006):

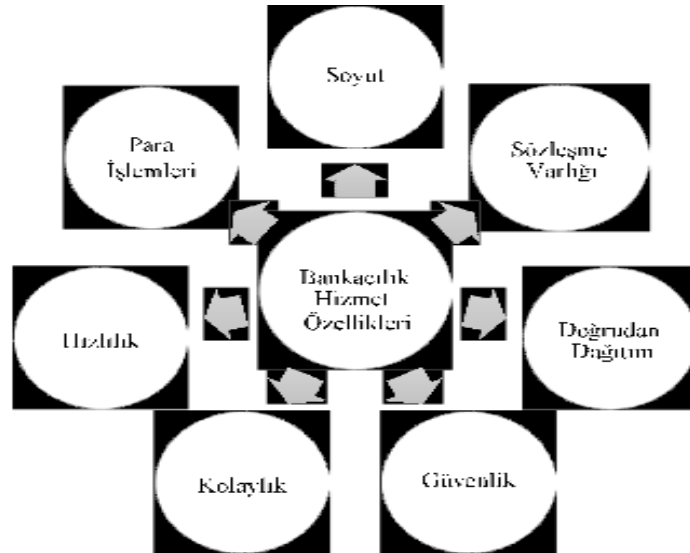
- Bireysel bankacılık hizmetleri: Bireysel bankacılık hizmetleri bireysel müşterilere sunulmakta olan bankacılık hizmetlerini kapsamaktadır. Bireysel

bankacılık hizmetleri, bankacılık hizmetlerinin temelini oluşturmakla beraber bankacılık hizmetlerinin gelişimine de önemli katkılar sağlamaktadır.

- Kurumsal bankacılık hizmetleri: Kurumsal bankacılık hizmetleri kurumsal müşterilere sunulmakta olan hizmetleri kapsamaktadır. Kurumsal bankacılık sisteminde fon değerlendirmesinin yapılması şeklinde finansal destek hizmetleri sunulmakla beraber aynı zamanda leasing, factoring gibi nitelikli kurumlara verilen hizmetleri de kapsamaktadır.
- Katılım bankacılığı hizmetleri: katılım bankacılığı faizsiz bankacılık uygulamaları kapsamında müşterilerine hizmet sunmakta olan bankalardır. Katılım bankaları diğer bankalardan farklı olarak faiz ile değil katılım payı karşılığında faaliyetlerini yürütmektedir. Faaliyetler faiz sistemi üzerine değil, kâr-zarar sistemi üzerinde kurgulanmış bankacılık hizmetlerini kapsamaktadır.

### 3.3. Bankacılık Hizmet Özellikleri

Günümüzde bankacılık hizmetlerinin temel özellikleri bulunmakta ve bu özellikler çerçevesinde faaliyetlerini yürütmektedirler. Bankacılık sektörünün temel özellikleri aşağıdaki şekilde verilmiştir.



Şekil 3.4. Bankacılık Hizmetlerinin Özellikleri

Bankacılık hizmetlerinin en temel özelliği soyut olmasıdır. Bankacılık hizmetleri diğer hizmet işlemlerinden farklı olarak parasal işlemlerle ilgili faaliyetleri kapsamaktadır. Bankacılık işlemlerinde yapılan tüm işlemler belli sözleşmeler dahilinde yapılmaktadır. Hizmet faaliyetleri çeşitli sözleşmeler kapsamında tutulmakta ve değerlendirmeye alınmaktadır. Bu durum bankaların güvenilir olmalarını sağlamaktadır. Bankacılık işlemleri, kolay ve hızlı şekilde yapılabilmektedir.

Bankacılık işlemlerinin ana konusunu para oluşturmaktadır. Bu nedenle bankacılık işlemlerinde güvenlik en hassas konulardan biri haline gelmektedir. Bankalar, güvenilir olabilmek adına çeşitli tedbirler alırlar ve faaliyetlerini bu yönde şekillendirirler. Bankalar için güvenlik özelliği en önemli niteliklerden birini oluşturmaktadır (Atış, 2011). Günümüzde teknolojik gelişmelerin artmasıyla beraber bankacılık hizmetlerine internet üzerinden ulaşım imkanları özellikle güvenlik ile ilgili sorunları daha önemli bir hale getirmiştir.

Bankaların, diğer hizmet sektörü işletmelerinden farklı olarak kendilerine has bazı özellikleri mevcuttur. Bu özellikler şu şekilde sıralanmaktadır (Atış, 2011):

- Bankacılık hizmetlerinde soyutluk ve somutluk dereceleri farklı bankacılık ürünleri kapsamında farklılaşmaktadır. Banka müşterilerinin kullandıkları kredi kartlarının somutluk derecesi, kredilerin somutluk derecesinden daha fazla olmaktadır. Müşteriler nakde ihtiyaç duyduklarında ilk aşamada kredi kartlarına başvurumaktadırlar.
- Bankacılık sektörüne karşı olan tutum, bankacılık işlemlerinin yürütüldüğü kanala göre farklılık gösterebilmektedir. Banka şubesinden, mobil bankacılık üzerinden, internet bankacılığında veya telefon bankacılığında işlem yapmakta olan müşterilerin bankaya karşı olan tutumları farklılık gösterebilmektedir. Özellikle banka şubelerinde müşteri temsilcisinin varlığı ve diğer kanallarda temsilcinin yüz yüze konumda olmaması, kişisel özelliklere göre algılanan bankacılık hizmetlerini farklılaştırmaktadır.



- Bankacılık sektöründe çoğu işlemin şube dışında verilebiliyor olması, şube dışında işlemlerin rahatlıkla tekrarlanabilmesini ve devam ettirilebilmesini sağlamaktadır.

### **3.4. Müşteri Algısı**

Tüm işletmeler müşteri edinmek ve bunu sürekli kılmak için çalışmaktadırlar. Bunun nedeni ise edinilen bir müşterinin işletmeye gelir getirmesi yanında yeni müşteriler kazandırılmasına da dolaylı yoldan etki etmesidir. Müşteri kavramı, ticaretin doğuşuyla ortaya çıkan değiş tokuşun başlangıcından itibaren günümüze kadar ortak ve değişmeyen bir unsurdur. Müşterilere ait doğru bilgi, müşterilerin firmaya olan bağlılıklarını uzun süreli kılmak, müşteri olma özelliğinin sürekliliğini sağlamak için önemlidir (Soyaslan, 2006). Olumsuz bir hizmet deneyimi beklentilerin azalmasına yol açarken, olumlu deneyimler ise beklentileri artırmaktadır. Ayrıca olumlu deneyimlerin olumsuz deneyimlerden daha az yaşanması durumlarına daha sık rastlandığı ve her şeyin kusursuz gittiği olumlu durumlar hakkında çok fazla konuşmaya gerek duyulmadığı için müşteriler çoğunlukla olumsuz deneyimleri daha fazla paylaşmaktadırlar. Olumsuz deneyimlere sahip olan mutsuz müşteriler, kalitesiz verilen bir hizmetin bedelidir ve kurumlar tarafından kaybedilen bir değer olarak algılanmalıdır. Doğrusu, gereken biçimde verilmeyen hizmet, hiç verilmeyen hizmete göre daha çok hoşnutsuzluk ve mutsuzluk yaratmaktadır. Araştırmalar mutsuz müşterinin olumsuz deneyimini ortalama 8- 12 kişiye anlattığını ya da aktardığını gösteriyor. Bu durum uzun yıllar sürüyor. Dolayısıyla, işletme imajı, şöhreti ve faaliyetleri müşteri deneyimlerinden doğrudan etkilenmektedir (Odabaşı, 2009).

### **3.5. Müşteri Tatmini**

Temelde hizmet kalitesinin belirlenmesinde; algılanan hizmet kalitesi ve beklenen hizmet kalitesi arasındaki farkın algılanan hizmet kalitesi lehine oluşması durumunda, tüketicinin hizmet kalitesi değerlendirmesi ve müşteri tatmini olumlu

olarak, aleyhine oluşması durumunda ise hizmet kalitesi algılaması ve müşteri tatmini olumsuz olarak değerlendirilebilir (Parasuraman vd., 1994). Benzer şekilde Kotler (2007) de müşteri tatminini, alıcının beklentilerine ve görece olarak ürünün algılanan performansına bağlı olarak tanımlamakta, buna göre eğer ürünün performansı beklentinin altında kalırsa tatminsizlik, ürünün performansı beklentileri karşılırsa tatmin oluşur.

Nitekim bu değerlendirme Oliver (1980) tarafından da dile getirilmekte olup müşterilerin, beklentileri ile gerçek hizmet kalitesi arasında oluşan farka göre tatmin düzeyi değişmekte olup, beklenti ve gerçekleşen arasındaki fark tatmini ya da tatminsizliği oluşturur.

Giese ve Cote (2000) ise tatminin ana unsurlarını şu şekilde tanımlamaktadır;

- Tatmin, alınan hizmet neticesinde oluşan bilişsel veya duygusal bir tür tepkidir.
- Söz konusu tepki, ürün, beklentiler ve tüketim deneyimi gibi bir unsura bağlı olarak şekillenir.
- Söz konusu tepki, tercih sonrası, birikimli deneyimler neticesinde, tüketim sonrası gibi herhangi bir zamanda oluşabilir.

Müşteri tatminine etki eden faktörler üzerine yapılan çalışmalarda ise hizmet kalitesinin farklı boyutlarının tatmini etkilediği sonucuna varılmıştır. Bankacılık özelinde ise herhangi bir işletme gibi müşteri sadakati yaratmak istemesi neticesinde bankalar, hizmet kalitesini artırmak suretiyle tatmini ve marka sadakatini artırma üzerinde dururlar.

### **3.6. Müşteri Değeri**

Zeithaml (1988) araştırmasında yapmış olduğu değer hakkındaki literatür taramasında tüketicilerin değer algısına yönelik dört adet tanıma ulaşmıştır. Diğer çalışmalar tarafından da desteklenmekte olan söz konusu tanımlar;

- Değer, düşük ücrettir.

- Değer, bir üründe ne aradığımız ve istediğimizdir.
- Değer, ödediğimiz ücret karşılığı aldığımız kalitedir.
- Değer, verdiğimiz karşılığında ne aldığımızdır.

Bu dört tanım birlikte ele alındığında ise algılanan değer, tüketicilerin mevcut beklentileri çerçevesinde, aldıkları ürün karşılığında bir üründen sağladıkları ve algıladıkları fayda olarak tanımlanmaktadır.

Beklenen fayda teorisinde ise Lancaster (1971) “değer” üzerine teorik bir altyapı kurmuş olup, konu yaklaşımında müşterilerin çoğu tüketicinin hizmet alımı kararlarını, kendilerinin belirlemediklerini ifade etmektedir. Tüketiciler, bir firmanın belirli bir fiyat seviyesinde sunduğu ve belirli bir hizmet kalitesini temsil eden nitelikler bileşkesini satın almaktadırlar. Bir başka deyişle müşteriler değer algılarını, ürüne ödedikleri nihai fiyat üzerinden sağladıkları fayda düzeyinde, beklentilerinde en düşük kayıp oluşturan nitelikler bileşkesi olarak tanımlamaktadırlar. Bu dahilde algılanan değer temel olarak, alınanlar ve verilenler arasındaki ağırlıklandırma olarak tanımlanabilmekte (Heskett vd., 1994), belirli fiyat düzeyinde sunulan hizmet/ürün için katlanılan maliyetler karşılığında sağlanan fayda arasındaki değiş tokuş ilişkisi olarak açıklanmaktadır. Değer kavramı pazarlama literatüründe yeterince yer almamakla birlikte, algılanan ürün değeri ve algılanan müşteri değerinin benzer olarak ele alındığı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan Bolton ve Drew (1991), Zeithaml’ın (1988) değer tanımını genişleterek hizmetlere uyarlamıştır. Ancak değer kavramına ilişkin kuramsal tanımlamalar ve bu tanımlamalardaki kısıtlar nedeniyle uygulama açısından çeşitli zorluklar oluşmaktadır. Bu durum algılanan değer ölçümünde çoğunlukla tek ölçekli çalışmalar yapılmasına neden olmuş ve genellikle algılanan değerın müşteri tatminine etkisi araştırılmıştır.

Woodruff (1997) ise bir müşteri değeri modeli oluşturmuş ve bu modelde müşteri değeri tüketim hedefleri, beklentiler ve davranışlar üzerinden bir sınıflandırmaya tabi tutmuştur. Woodruff’a göre değer, müşteri beklentilerinin ve tatmin/tatminsizlik oluşumu sürecinin her aşamasındaki algı olarak tanımlanmıştır.

### 3.7. Müşterilerin Banka Tercihlerini Etkileyen Faktörler

Müşteri memnuniyeti kavramı, ürün veya hizmet sunan tüm işletmeler için aynı ölçüde önem arz etmekle birlikte bu önem “müşterinin varlığı işletmenin varlığı” şeklinde oluşan döngüden ileri gelmektedir. Yukarıda müşteri memnuniyeti kavramına ilişkin ele alınan izahlar, bankacılık sektörü özelinde değerlendirildiğinde yalnızca değişen ürün veya hizmetin mahiyetiyle birlikte farklılaşan beklentiler şeklinde ortaya çıkacaktır. Bunun dışında müşteri memnuniyetini oluşturan diğer faktörler genel ile ortak özellik sergileyecektir.

Hızla gelişen teknolojiye bağlı olarak bilgiye erişim büyük kolaylık kazanmış ve bunun etkisinde müşteriler de daha bilinçli, daha geniş perspektifli bir hal almışlardır. Ayrıca, hizmet örneklerinin kitleler arasında paylaşımına mahal veren teknolojik uygulamalarla da müşterinin mukayese edebilme yetisi ve referansları artmıştır. Böylesine hızlı gelişen süreç içerisinde bankalar da sürece uyum sağlamak zorunda kalmış ve sundukları hizmetler, sunum biçimleri ve müşteri seçimleri de farklılaşmıştır. Rekabetin etkisinde bankaların sürekli gelişen sunumları müşteri tarafında banka tercihini zorlaştırmakta ve karar verme süreci bu yoğun sunu ortamından doğrudan etkilenmektedir. Bu durum müşteri açısından olduğu kadar banka açısından da sorun teşkil etmekte ve finansal hizmetlere ilişkin sektör, müşterilerin tercihlerinde belirleyici hususları ortaya çıkarmak için çaba sarf etmektedir (Boyd vd., 1994). Bu çaba neticesinde başarılı olan finans işletmeleri, müşterilere hitap edebilme noktasında diğerlerine nazaran avantaj elde etmiş olup rekabette de öne geçebilmektedirler. Müşteri tercihlerinde kendini gösteren bu çok etkenli süreç akademik çevrelerin de dikkatini çekmiş, satın alınma davranışının ve finansal kurum seçiminin anlaşılması üzerine araştırmalar ivme kazanmıştır (Babakus ve Mangold, 1992). Finans işletmelerinin müşteri nazarındaki performansı birçok kriter perspektifinde oluşmaktadır. Bu kriterlerin en önemlilerinden birisi işletmenin müşteri tabanı olup bu nedenle bankaların edindikleri müşterileri elde tutmanın yollarını tespit etmeleri gerekmektedir. Bu durum katılım bankaları özelinde de aynı mahiyette olup ürün gamındaki konvansiyonel bankacılığa göre daha az hizmet de dikkate alındığında ayrı bir önem boyutu ortaya çıkmaktadır. Nitekim katılım bankacılığının zorunluluklarından olan mevduat sahipleri için kârlı

işlemler sunmak ve bunu da dini usuller çerçevesinde gerçekleştirmek, katılım bankacılığının hareket kabiliyetini konvansiyonel bankacılığa göre daraltmakta ve daha az bir kitleye hitap ettirmektedir (Al-Ajmi vd., 2009). Dolayısıyla müşteri tercihlerinde ön planda olmak katılım bankacılığında bir miktar daha öne çıkan bir önem seviyesine sahiptir. Müşterilerin banka tercihlerini etkileyen faktörlerle ilgili olarak daha önce yapılmış olan çalışmalar incelenmiştir. Genel olarak, müşterilerin banka tercihlerini etkileyen faktörler aşağıdaki şekilde tespit edilmiştir.

### **3.7.1. Bankanın Güvenilirliği**

Hizmet alanı finans olan bankalarda güven konusu diğer işletmelere göre biraz daha öne çıkacaktır. Çünkü müşteriler, birikimlerini bankalara emanet etmekte ve bunları değerlendirerek çoğalma çabası ile bankalara müşteri olmaktadır. Diğer yandan, banka hizmeti satın alan müşteri ise satın aldığı hizmetten maksimum fayda sağlamayı ve hizmet için de minimum ödemeyi yapmayı bekler. Hizmet için ödeyeceği miktarın, başka bankalarda daha düşük olması ve müşterinin bundan haberdar olması olumsuz bir yargıyı da beraberinde getirecektir. Bunlarla birlikte satın alınan hizmetin soyut bir kavram olması güvenin daha ön plana çıkmasında etkili bir husustur. Dolayısıyla hizmet satışı yapan bankanın güvenilirliği, tercih edilirliliğiyle doğrudan ilintili olacaktır (Akdoğan, 1983).

Bankalar için saygınlık, prestij ve güven büyük önem taşımakla birlikte bankalar açısından oluşabilecek en büyük risklerin ön sıralarında bu kriterleri kaybetmesi gelmektedir (Uyar, 2003). Türkiye’de 90’lı yıllarda yaşanan finans kurumlarının iflası, hortumlanması gibi vakalar toplumsal hafızada sürekli korunmakta ve bu da yine bankaların güvenilirliğinin ehemmiyetini daha da artırmaktadır.

### **3.7.2. İşlemlerin Tamamlanmasındaki Hız ve Etkinlik**

Müşteri, bankacılık işlemlerinde hızlı ve etkin işlemlere önem vermektedir. Nitekim bu işlemler banka içerisinde yapılıyorsa müşteri beklemek istemeyecek veya bankada işini halledip iş yerine dönmek gibi bir telaş içerisinde olabilecektir. Çok fazla sıra

beklemek müşteri nazarında şikâyet konusu olmakla birlikte bankasına istediği anda ulaşamaması veya işlemlerinin aksaklıklarla yürümesi de yine şikayet konuları içerisinde yer almaktadır. Bu durumu sergileyen banka, tercih edilirlilik noktasında daha alt sıralarda yer alacak ve müşteri kaybetmiş olacaktır. Günümüz teknolojilerinin bankacılık hizmetlerine uyarlanması ile hız ve etkinlik konusunda büyük mesafeler alınmıştır. Müşteri banka şubesine gitmeden ofisinde veya telefonundan işlemlerini halledebilmekte ve bu da büyük bir kolaylık olarak müşteri memnuniyetini etkilemektedir. Bu hizmeti sunan bankalar arasında da daha hızlı internet erişimi, daha kolay ve anlaşılır işlem menüleri gibi talepler gelişmeye başlamaktadır (Kılınç, 1994).

Görüldüğü üzere, müşteri talepleri sürekli farklılaşarak geliştiği gibi beklentileri de teknolojiye bağlı olarak gelişmekte ve daha iyisi her zaman istenmektedir.

### **3.7.3. Bankanın İmajı**

Kurumsal imaj kavramı literatürde oldukça geniş yer bulan ve işletmeler açısından son derece önemli bir kriter olarak değerlendirilmektedir. Kurumsal imaj, kurumun müşteri algılarında biçimlenmiş şekli olarak ifade edilebilmektedir. Müşteri, kuruma ilişkin algıları ile bir intiba oluşturmakta ve kurumu da bu imaj çerçevesinde değerlendirmektedir. Günümüzde banka hizmetlerinin pazarlama faaliyetleri, sadece ürün ve hizmet satışını kapsamayıp, müşteri nazarında bankaya imaj ve kurumsal kişilik kazandırma fonksiyonunu da üstlenmektedir (Ateş ve Erol, 1990).

Bankaların kurumsal imajları güvenilirlik düzeylerini de doğrudan etkileyecektir. Nitekim müşterilerin bankayla ilgili en önemli yargıları güven ve güçlülük olacak, bankasını tercih ederken de bu algılar perspektifinden hareket edecektir.

### **3.8. Katılım Bankacılığı Tercih Sebepleri İle İlgili Akademik Çalışmalar**

Erol vd., (1989) Ürdünlü bireysel müşterilere anket yaparak katılım bankacılığı tercih sebeplerini araştırmıştır. Yapılan çalışma sonucunda tercih sebepleri sırasıyla din, getiri oranı, sağlanan hizmet ve ürünler, bankanın itibarı tercih sebepleri olarak

ifade etmiştir. Diğer bir çalışmasında banka müşterilerinin katılım ve ticari bankaların sağladıkları servisler arasındaki farkları bilmediklerini tespit etmişlerdir.

Haron, Ahmad ve Planisek (1994) çalışmalarında Müslüman ve Müslüman olmayan müşterilerin banka tercih etme sebeplerini belirlemek için Malezya’da 301 Müslüman ve Müslüman olmayan müşterilere anket yöntemi ile bir araştırma yapmıştır. Çalışma sonucunda dini yönelimin bir tercih sebebi olmadığı belirtilmiştir. Değerlendirme sonucu Müslüman müşterilerin katılım bankacılığı en önemli tercih sebebi “işlemlerin tamamlanmasındaki hız ve etkinlik” olması, Müslüman olmayan müşterilerin tercih sebebi ise “personelin yakın ilgisi” olduğu tespit edilmiştir. Bir başka çalışmada Hegazy (1995), katılım bankacılığı tercih sebeplerini araştırmak üzere, 400 banka müşterisine anket yapmıştır. Çalışma sonuçlarına göre araştırmada yer alan bireylerin katılım bankacılığını en çok tercih etme sebebi olarak “arkadaş/akraba tavsiyesi” olduğu ifade edilmiştir.

Metawa vd., (1998) araştırmalarında Bahreyn’de müşterilerin katılım bankacılığının tercih etme sebeplerinin ölçülmesi için 400 katılım banka müşterisine anket uygulaması yapmıştır. Bu bağlamda, katılım banka müşterilerinin tercih sebepleri “İslami Prensipe Uyulması”, “Getiri Oranı”, “Akraba ve Arkadaş Tavsiyesi” olarak sıralanmıştır.

Zainuddin vd., (2004) ise, Malezya’da 123 banka müşterisine anket uygulayarak katılım bankacılığı tercih sebeplerini ölçmeye çalışmıştır. Öncelikle, katılım bankacılığını tercih edenlerin 30 yaş üstü ve sabit aile geliri olan kişiler olduğu tespit edilmiştir. Bunların dışında, “akraba ve arkadaş tavsiyesi” nin en çok tercih edilen sebep olduğu sonucuna varılmıştır.

Dusuki vd., (2007) çalışmalarında ise Malezya’da 52 katılım banka şubelerindeki 800 müşteriye anket yapılarak katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinin analizi yapılmıştır. Bu bağlamda, katılım bankacılığı tercih sebepleri “banka personelinin bilgili, “yetkin ve saygılı olması”, “müşterilere kaliteli hizmet sunulması” olarak sıralanmıştır.

Eskici (2007) yaptığı çalışmasında, katılım bankacılığını kullanan müşteri özelliklerini tespit etmek amacıyla Türkiye’nin çeşitli bölgelerinde 368 katılım banka

müşterisine anket uygulanmıştır. Değerlendirme sonucu olarak, katılım bankacılığı kullanan müşterilerin katılım bankacılığını tercih etme sebepleri sırasıyla “güvenilirlik”, “çalışma kalitesi”, “çalışma hızı”, “rekabet edebilirlik”, “uygulanan masraf” önemli faktörler olarak belirtilmiştir. Bir diğer araştırmada Wakhid vd., (2007) Endonezya’da 175 banka müşterisi üzerine yapılmıştır. Çalışmada katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinden dini faktörün en önemli tercih nedeni olduğu belirlenmiştir. Amin (2008) araştırmasında ise Malzezya’da 150 banka müşterisine anket yaparak katılım bankacılığın tercih etme sebeplerini incelemiştir. Katılım bankacılığı tercih etme sebepleri sırasıyla “Şeriat kurallarına uyumu”, “Aylık düşük masraflar”, “şeffaf olması”, “faizsiz işlemler” tespit edilmiştir. Al-Azmi vd., (2009), Bahreyn banka müşterileri üzerine yaptığı çalışmada katılım bankacılığı tercih etme sebeplerin sırasıyla din ve hizmet kalitesi olduğu sonucuna varılmıştır. Gait (2009) çalışmasında Libya’da 385 tüketiciyle telefon aracılığıyla anket yaparak, mesleğin, aylık gelirin, yaşın ve eğitim seviyesinin katılım bankacılığı tercihi üzerinde etkisi olduğu sonucuna varmıştır. Başka bir deyişle, düşük aylık geliri, daha yaşlı olma ve orta düzey eğitimi olan tüketicilerin katılım bankacılığını daha çok tercih ettikleri tespit edilmiştir. Bir diğer çalışmada ise Marimuthu vd., (2010) Malezya’da 450 bireye anket yaparak katılım bankacılığını tercih etme sebepleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucu olarak, katılım bankacılığı tercih faktörleri en önemliden önemsiz doğru “maliyetfayda karşılaştırması”, “rahatlığı”, “hizmet dağıtımı”, “arkadaş ve akraba tavsiyesi” olarak sıralanmıştır. Dini nedenler ise 5. sırada yer almaktadır. Benzer şekilde Lee (2011) çalışmasında Pakistan’ın Peşawar, Lahor, Ravalpindi ve İslamabad şehirlerinde 170 banka müşterisiyle anket yapılarak katılım bankacılığına olan tutumları ölçülmüştür. Sonuç olarak, erkeklerin daha pozitif tutum sergilediği ortaya çıkmıştır.

Hasan vd., (2012) çalışmasında tüketicilerin katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda, Pakistan’da 300 müşteriye anket uygulanmıştır. Sonuç olarak, müşterilerin “yüksek kâr”, “düşük komisyon masrafları” ve “dini nedenler” sebeplerinden dolayı katılım bankacılığını tercih ettikleri sonucuna varmışlardır.



Othman (2012) çalışmasında Kuwait Finance House Katılım Banka'sının 360 müşterisine anket yapılarak katılım bankacılığını tercih etme sebeplerine “Şeriat Kurallarına uygun olması” ve “Katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerinin sağlanması”nın katılım bankacılığını tercih etme de en önemli faktörler olduğu belirlenmiştir. Diğer araştırmada ise Özsoy vd., (2013) Türkiye'nin Bolu ilinde 217 kişiye anket formu doldurtularak katılım bankacılığın tercih sebeplerini araştırmaya çalışmıştır. Bu bağlamda, müşterilerin katılım bankacılığını katılımcıların tercih yapmalarını etkileyen sebeplerden en önemlisinden önemsizine doğru “hizmet kalitesi”, “şube personeli ile yakın ilişkiler”, “dini hassasiyetler”, “akraba ve arkadaş çevresinin etkisi”, “servis çeşitliliği”, “bankacılık prestij ve kâr payı”, “cazip ödeme imkânları gibi finansal sebepler” şeklinde tespit edilmiştir.

Ramadan (2013) çalışmasında Ürdün Haşimi Krallığı'nda 37 farklı katılım bankacılığı şubelerinden 424 müşteriyle anket yapılarak katılım bankacılığını tercih etme sebepleri ölçülmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak ise katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinde “dini nedenlerin” en önemli sebep olmadığı, dinin yanı sıra “personel ilgisinin” ilk tercih nedeni olduğu görülmüştür.

Bulut (2014) araştırmasında Ankara'nın Keçiören ilçesindeki 4 ticari banka ve 4 katılım banka müşterisi olan toplam 464 kişiye anket yapmıştır. Ankette sonuç olarak, her iki banka müşterisinin bankalardan beklediği en önemli özellik bankalarının kendileriyle birebir ilgilenebilme ve müşterilerine duyarlılık göstermesi olarak tespit edilmiştir.

Çobankaya (2014) araştırmasında bireylerin katılım bankacılığı tercih etme sebeplerini ölçmek için Batı Karadeniz bölgesinde 407 bireye anket uygulamıştır. Araştırma bulgularına göre katılım bankası müşterileri olan katılımcıların katılım bankacılığını tercih etme sebepleri sıralandığında en önemli sebeplerin, “bankanın güvenilir olması”, “çalışanların saygılı ve nazik olması”, “işlemlerin hatasız ve kısa sürede yapılması”, “hizmetlerin kaliteli ve ucuz olması” ve “dini hükümlere uygun olması” şeklinde sıralandığı tespit edilmiştir. Ek olarak, bireylerin katılım bankacılığını diğer bankalardan farklı görmediklerini çoğunlukla belirtmişlerdir.

Toraman, Ata ve Bagan Fatih (2015) çalışmalarında müşterilerin katılım bankacılığı faaliyetlerine yönelik tutum ve davranışlarını ölçmek için Gaziantep ilinde 539 kişiyle anket yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre; katılım bankasıyla çalışmayı düşünmeyen ve kararsız olan potansiyel müşteriler, diğerlerine göre katılım bankaları hakkında daha az bilgiye sahip olduklarını, katılım bankalarının tanıtım ve reklamının daha az yapıldığını ve bu bankaları daha az ulaşılabilir olduklarını ifade etmişlerdir.

Katılım bankacılığı ile ilgili çalışmalar genellikle bankacılığı tercih etme sebepleri bakımından incelenmiştir. Alanyazında, müşterilerin bankacılığı tercih etme sebepleri arasında bankanın güvenilirliği, işlemlerdeki hız ve etkinlik, banka şube sayıları ve konumu, fiziksel imkânlar, banka personelinin ilgisi, işlemlerde maliyetler gösterilmiştir (Durak, 2017).

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### KATILIM BANKALARINDA MÜŞTERİ ALGISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: AKSARAY İLİNDE BİR UYGULAMA

Aksaray ilinin mevduat varlığı açısından iller bazında üst sıralarda olması ve Aksaray'da katılım bankaları açısından daha önce böyle bir çalışmanın yapılmamış olması, uygulamada bu ilin seçilmesinde etkili olmuştur. Diğer taraftan ortalama bir Anadolu şehri olan Aksaray'ın, katılım bankalarının yaptıkları yatırım ve ulaşılabilirlikleri açısından da Türkiye ortalamasını ifade eden sağlıklı bir örneklem olduğunu düşünmekteyiz.

#### 4.1. Araştırmanın Konusu

Katılım bankacılığı, faiz dışı esasına göre çalışmaktadır. Faizsiz bankacılık sistemi, Türkiye'de katılım bankacılığı olarak bilinmektedir. Katılım bankalarının geleneksel (konvansiyonel) bankalara karşı rekabet edebilmesi için banka müşterilerinin tutum ve davranışlarının tespit edilmesi önemlidir. Bu amaçla tezin bu bölümünde, Aksaray ilindeki banka müşterilerinin katılım bankacılığı işlevlerine göre tutum ve davranışlarını bir anket çalışması ile ölçmek amacıyla bir uygulama gerçekleştirilmiştir.

#### 4.2. Araştırmanın Amacı

Dünya genelinde İslami bankacılık sisteminin farklı uygulamaları bulunmaktadır. Pakistan, Sudan ve İran gibi ülkelerde sadece İslami bankaların kurulmasına izin verilmektedir. Türkiye, Bangladeş, Ürdün, Malezya, Endonezya ve Mısır gibi ülkelerde iki bankacılık sistemi yani hem İslâmi bankacılık hem de katılım bankacılığı birlikte faaliyet göstermektedir. Özellikle her iki banka türünün faaliyette bulunduğu ülkelerde, İslami bankaların konvansiyonel (geleneksel) bankalara karşı rekabet edebilmesi ve gelişimini sürdürebilmesi mevcut müşterinin yanı sıra potansiyel müşterinin de tutum ve davranışlarına bağlıdır (Toraman, Ata ve Buğan, 2015).

Müşterilerin katılım bankacılığı faaliyetlerine yönelik tutum ve davranışlarını ölçmek, katılım bankacılığının gelişimi açısından önemli olmaktadır. Araştırmada, farklı demografik özelliklere sahip olan banka müşterilerinin katılım bankacılığı faaliyetleri ile ilgili tutumlarını ölçmek için Aksaray ilinde bir uygulama gerçekleştirilmiştir.

### **4.3. Araştırmanın Metodolojisi**

Szczepanowicz (2011) çalışmasının kaynaklık ettiği anket formu Aksaray ilinde bulunan bireylere uygulanmıştır. SPSS uygulaması ile işlenen veriler analiz edilmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

#### **4.3.1. Anket Formu**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Kullanılan anket iki bölümden oluşmuştur. İlk bölümde demografik sorular yer almaktadır. Müşteriler ile ilgili genel bilgilerin yer aldığı kısımdır. Diğer bölüm ise, katılımcıların katılım bankacılığı sistemi, bu sistemin sunduğu ürünlere yönelik bilgi düzeyleri ve tutumlarını içermektedir. Bu bölümlerde 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. Katılım bankacılığı ile ilgili demografik özellikler ve müşterilerin katılım bankacılığı ile ilgili bilgi düzeyleri ile ilgili sorular Szczepanowicz (2011) çalışmasından alınmıştır. İlk bölümün anket soruları on üç sorudan oluşmuştur, ikinci bölümün anket soruları ise on sekiz sorudan oluşmuştur.

#### **4.3.2. Yöntem**

Araştırmada anket çalışması yapılmıştır. Veri seti ve örneklem hakkında bilgi verilmiştir. Çalışmada, banka müşterilerinin katılım bankacılığı işlevleri ile ilgili tutum ve davranışlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bilgi toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formu iki kısımdan oluşmuştur. Anket formunun birinci bölümünde, cevaplayıcıların demografik özellikleri ile katılım bankasını tercih edip etmemeleri ile ilgili sorular yer almıştır. İkinci bölümünde ise katılımcıların katılım

bankacılığı ile ilgili bilgi düzeylerini ve katılım bankalarına olan tutum ve davranışlarını ölçmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Szczepanowicz (2011)'in kullandığı anketin taslağı, Aksaray ili halkına uygulanmıştır. Anket çalışmasını yapmadan önce pilot uygulama yapılmıştır. Anketin uygulanacağı örneklem belirlenmiş, Aksaray ili tabakalara ayrılmış ve analiz aşamasına geçilmiştir.

#### 4.3.3. Örneklem

Araştırmanın evreni ulaşılabildiği ölçüde Aksaray ilinde bulunan bireylere uygulanmıştır. Anket sonuçları IBM SPSS Statistics 21 programında değerlendirilmiştir.

#### 4.4. Verilerin Analizi

Öncelikle, kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi (*Cronbah Alpha*) yapılmıştır. Anketin toplam Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı  $\alpha=0,547$  olarak belirlenmiştir. Daha sonra verilere tanımlayıcı ve çıkarımsal istatistiki analizler yapılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri için tanımlayıcı istatistik yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilere dair kurulan hipotezler korelasyon analiziyle test edilmiştir. Güvenilirlik katsayısı için çalışmamızda toplam 800 bireye anket yapılmıştır. Bu anketlerden özensiz doldurulanlar, yeterli düzeyde doldurulmayanlar vs. elenmiş ve toplam 415 anket verisi sisteme girilmiştir. 415 kişilik veri üzerinden güvenilirlik katsayısı hesaplandığında alpha katsayısı 0,547 olarak bulunmuştur. Anketlerden veri kalitesi düşük olan 45 adedi daha çıkarılıp 350 kişi üzerinden Cronbach Alpha hesaplandığında yeni değer  $\alpha=0,748$  olarak bulunmaktadır. Ancak her bir katılımcının verdiği yanıtları önemseydiğimiz ve mümkün olduğunca şehrin tüm demografik yapısını içeren bir çalışma olmasını istediğimiz için, çalışmamızda 415 kişi üzerinden yapılan analizlere yer verilmiştir.

Yığındaki birey sayısı bilindiğinden dolayı örnek sayısı,

$$n = \frac{N t^2 pq}{d^2 (N - 1) + t^2 pq}$$

formülü ile elde edilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). N; yığındaki birey sayısını, n; örnekleme alınacak birey sayısını (415), p; incelenen olayın görülüş sıklığını (0.50), q; incelenen olayın görülmeysi (0.50) sıklığını, t; belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde t tablosundan bulunan teorik değeri (1.96) ve d ise olayın görülüş sıklığına göre yapılmak istenen sapmayı (0.05) belirtmektedir.

#### 4.5. Analiz Sonuçları ve Değerlendirilmesi

Bu bölümde araştırma kapsamında bulunan bireylere ait kişisel bilgiler ile bu kişilere uygulanan İslami bankacılığa yönelik soruların analiz sonuçları ve bunların yorumlanması bulunmaktadır. Araştırma ile elde edilen verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgular aşağıda tablolar halinde sunulmuştur.

**Tablo 4.1.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Bağımsız Örnekler İçin T Testi)							
Önemli Değişken	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	t	Sd	P
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?	Kadın	246	2,6545	1,15287	2,764	413	0,006
	Erkek	169	2,9704	1,13088			

\*p<0,05 (5- Kesinlikle tercih etmem/ 1- Kesinlikle tercih ederim)

Tablo 4.1.'de araştırma kapsamında bulunan bireylere ilişkin kişisel bilgiler görülmektedir. Araştırma kapsamında bulunan bireylerin 246'sı kadın, 169'u erkektir. İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmaya ilişkin kadın ve erkeklere ait görüşlerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları verilmiştir. Tablo 4.1'de görüldüğü gibi, bağımsız iki örneklem t testi sonuçlarına göre, İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami

bankacılığa yatırım yapmayı tercih edenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu gözlenmiştir ( $p < 0,05$ ). Buna göre, İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalanların daha çok geleneksel bankacılığa yatırım yapmayı tercih ettikleri görülmüştür. Geleneksel bankacılık tercihi erkeklerde kadınlara oranla daha yüksektir.

**Tablo 4.2.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Yaş Grubuna Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Bağımsız Örnekler İçin T Testi)							
Önemli Değişken	Yaş	N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?	20 yaş ve altı	72	2,72222	1,20120	1,094	5	0,363
	21-30 yaş arası	189	2,70899	1,09397			
	31-40 yaş arası	92	2,88043	1,18454			
	41-50 yaş arası	34	2,82353	1,11384			
	51-60 yaş arası	22	2,90909	1,30600			
	61 yaş ve üzeri	6	3,66667	1,50555			

\* $p > 0,05$  (5- Kesinlikle tercih etmem/ 1- Kesinlikle tercih ederim)

Tek yönlü varyans analizi- ANOVA sonuçlarına göre, İslami bankacılıkta etkili olan faktörlerin yaş grubuna göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür ( $P > 0,05$ ). Tüm yaş grupları için geleneksel bankacılığın tercih edildiği söylenebilir. Ankete katılan bireylerde yaş seviyesi yükseldikçe geleneksel bankacılığa tercihin de yükseldiği görülmektedir. Bura da daha küçük yaşta olanların nispeten katılım bankalarını tercih ettikleri düşünüleceği gibi, küçük yaşlarda gelir seviyesinin düşük olmasının bireyleri bankacılık işlemlerinden uzak tuttuğu ya da fiilen araştırma ve yatırım yapmadıkları da düşünülebilir.

**Tablo 2.3.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Bağımsız Örnekler İçin T Testi)
---

Önemli Değişken	Eğitim	N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?	İlk ve Orta Öğrenim	47	2,65957	1,14733	1,868	3	0,134
	Ön Lisans	67	2,86567	1,11322			
	Lisans	260	2,72692	1,10039			
	Lisansüstü	41	3,14634	1,47582			

\*p>0,05 (5- Kesinlikle tercih etmem/ 1- Kesinlikle tercih ederim)

Tek yönlü varyans analizi- ANOVA sonuçlarına göre, İslami bankacılıkta etkili olan faktörlerin eğitim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Eğitim düzeyi yükseldikçe geleneksel bankacılığa olan tercihin arttığı söylene bilir.

**Tablo 4.4.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Medeni Hale Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA)							
Değişkenler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?	1. Evli	139	2,9281	1,26055	3,525	2;412	0,030 1-2*
	2. Bekar	263	2,6806	1,08630			
	3. Dul	13	3,3077	1,03155			
	Toplam	415	2,7831	1,15311			

\*p<0,05 (5- Kesinlikle tercih etmem/ 1- Kesinlikle tercih ederim)

Tablo 4.4.'de görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi-ANOVA sonuçlarına göre, medeni hale göre İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsa İslami bankacılığı tercih edenler arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır (p<0,05). LSD sonuçlarına göre, evli olanlar ile bekar olanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür.

Medeni hale göre, evli olanların ortalamaları bekar olanların ortalamalarından daha yüksektir. Bekar olanlar katılım bankacılığına daha yakın iken evli ve dul olanların geleneksel bankacılığa daha yakın oldukları sonucu çıkmıştır.



**Tablo 4.5. İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Gelir Getirici Bir İşte Çalışıp Çalışmama Durumuna Göre Karşılaştırılması**

Test istatistiği (Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA)							
Değişkenler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
İslami bankacılığı ne düzeyde ulaşabilir buluyorsunuz?	1-Çalışanlar	255	2,8118	1,35299	4,837	2;412	0,008 1-2*
	2-Çalışmayanlar	148	2,3986	1,18803			
	3-Emekliler	12	2,5000	1,38170			
	Toplam	415	2,6554	1,30932			
İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?	1-Çalışanlar	255	2,8706	1,16161	4,003	2;412	0,019 1-2*
	2-Çalışmayanlar	148	2,5405	1,07145			
	3-Emekliler	12	2,8333	1,26730			
	Toplam	415	2,7518	1,14148			
İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.	1-Çalışanlar	255	3,0941	1,30073	3,078	2;412	0,047 1-2*
	2-Çalışmayanlar	148	3,4054	1,36943			
	3-Emekliler	12	2,8333	1,02986			
	Toplam	415	3,1976	1,32588			
İslami kurallara uygun oldukları için sıklıkla İslami bankacılığı kullanırım.	1-Çalışanlar	255	2,5059	1,27010	3,265	2,412	0,039 1-2*
	2-Çalışmayanlar	148	2,8243	1,38366			
	3-Emekliler	12	2,2500	0,96531			
	Toplam	415	2,6120	1,31191			

\*p<0,05

1- (İslami bankacılığı ne düzeyde ulaşabilir buluyorsunuz? 1- Ulaşılabilir değil/ 5- Yeterince ulaşılabilir),

2- (İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz? 5- İslami bankacılığı hiç duymadım/ 1- İslami bankacılıkla ilgili çok şey duydum)

3- (İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar. 1- Kesinlikle katılıyorum/ 5- Kesinlikle katılmıyorum)

4- (İslami kurallara uygun oldukları için sıklıkla İslami bankacılığı kullanırım. 1- Kesinlikle evet/ 5- Kesinlikle hayır)

Tablo 4.5.'de görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi-ANOVA sonuçlarına göre, gelir getirici bir işte çalışıp çalışmama durumuna göre, bireylerin İslami bankacılığı ne düzeyde ulaşılabilir buldukları, İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyleri, İslami bankacılığın kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunması ve İslami kurallara uygun oldukları için sıklıkla İslami bankacılığı kullanmak arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır (p<0,05). LSD sonuçlarına göre,

gelir getirici bir işte çalışanlar ve çalışmayanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Gelir getirici bir işte çalışıp çalışmama durumuna göre, çalışanlar İslami bankacılığı çalışmayanlara göre daha ulaşılabilir bulmaktadır.

Ankete katılan tüm bireylerin İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür. İslami bankacılığın kredi alma konusunda geri planda kaldığı anlaşılmaktadır. Çalışmayanlar ve emeklilerin çalışanlara göre, İslami kurallara uygun oldukları için İslami bankacılığı tercih ettikleri sonucu ortaya çıkmıştır.

**Tablo 4.6.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Kişinin Çalıştığı İşyerine Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Bağımsız Örnekler İçin T Testi)							
Önemli Değişken	Çalışma Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?	Emekliyim	13	3,38462	1,26085	1,574	3	0,195
	Kamu sektöründe	126	2,78571	1,17035			
	Özel sektörde	136	2,82353	1,15395			
	Kendi işimde	140	2,68571	1,11939			

\*p>0,05 (5- Kesinlikle tercih etmem/ 1- Kesinlikle tercih ederim)

Tek yönlü varyans analizi- ANOVA sonuçlarına göre, İslami bankacılığı tercihte etkili olan faktörlerin, kişinin çalıştığı işyerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sebep olmadığı görülmüştür. (P>0,05) Kendi işinde çalışanların yani özel sektörün (esnaf kesim) nispeten İslami bankacılığı daha fazla tercih ettikleri söylenebilir.

**Tablo 4.7.** İslami Bankacılıkta Etkili Olan Faktörlerin Ailenin Aylık Ortalama Gelir Aralıklarına Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA)							
Tukey HSD sonuçlarına göre;							
Değişkenler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
İslami bankacılığa yatırım yaparken	1-1000 TL ve altı	46	3,3696	1,28856	2,596	4;410;414	0,036 2-3*
	2-1000-2000	123	2,8943	1,27917			

dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissediyorsunuz?	TL arası						
	3-2000-3000 TL arası	110	3,3909	1,39524			
	4-3000-4000 TL arası	64	3,1406	1,28319			
	5-4000 TL ve üstü	72	3,3611	1,48519			
	Toplam	415	3,1976	1,36006			
<b>LSD sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissediyorsunuz?	1-1000 TL ve altı	46	3,3696	1,28856	2,596	4;410;414	0,042 1-2*
	2-1000-2000 TL arası	123	2,8943	1,27917			
	3-2000-3000 TL arası	110	3,3909	1,39524			
	4-3000-4000 TL arası	64	3,1406	1,28319			
	5-4000 TL ve üstü	72	3,3611	1,48519			
	Toplam	415	3,1976	1,36006			

1. Test %95 güven seviyesinde yapılmıştır. ( $p < 0,05$ )

2. Tabloda sadece önemli farklılık gösteren sorularla ilgili sonuçlara yer verilmiştir.

3. (1- Aşırı derecede zorunluluk hissediyorum/ 5- Zorunluluk hissetmiyorum)

Tablo 4.7.'de görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları, ailelerin aylık ortalama gelir aralıklarına göre, İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan zorunluluk hissetme bakımından anlamlı farklılık bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Tukey HSD sonuçlarında, ailenin aylık ortalama gelir aralıklarına göre, 1000 TL-2000 TL arası ve 2000 TL-3000 TL arası harcama yapanların İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan zorunluluk hissetmedikleri görülmüştür. LSD sonuçlarına göre, ailenin aylık ortalama gelir aralıklarına göre, 1000 TL ve altı harcama yapanlar ile 1000TL-2000 TL arası harcama yapanların, 1000 TL-2000 TL arası harcama yapanlar ile 2000 TL-3000 TL arası harcama yapanların ve 1000 TL-

2000 TL arası harcama yapanlar ile 4000 TL ve üstü harcama yapanların İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan zorunluluk hissetmedikleri görülmüştür.

**Tablo 4.8.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Başvurduğularımıza Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA)							
Tukey HSD sonuçlarına göre;							
Değişkenler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	1- Sadece katılım bankaları	42	2,1667	0,88115	3,628	4;410;414	0,0061-5*
	2- Sadece ticari bankalar	173	2,6994	1,22087			
	3- Çoğunlukla katılım bankaları	119	2,6807	1,28836			
	4- Çoğunlukla ticari bankalar	49	2,7551	1,21673			
	5- Hiçbir bankayla çalışmıyorum, sadece öz kaynak kullanıyorum.	32	3,2500	1,39122			
	Toplam	415	2,6892	1,24033			
LSD sonuçlarına göre;							
Değişkenler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
Sizce İslami bir banka sizin	1- Sadece katılım bankaları	42	2,1667	0,88115	3,628	4;410;414	0,006

fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	2- Sadece ticari bankalar	173	2,6994	1,22087			1-2*
	3- Çoğunlukla katılım bankaları	119	2,6807	1,28836			1-3*
	4- Çoğunlukla ticari bankalar	49	2,7551	1,21673			1-4*
	5- Hiçbir bankayla çalışmıyorum, sadece öz kaynak kullanıyorum	32	3,2500	1,39122			1-5*
	Toplam	415	2,6892	1,24033			2-5*
<b>Bonferroni sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	1- Sadece katılım bankaları	42	2,1667	0,88115	3,628	4;410;414	0,0061-5*
	2- Sadece ticari bankalar	173	2,6994	1,22087			
	3- Çoğunlukla katılım bankaları	119	2,6807	1,28836			
	4- Çoğunlukla ticari bankalar	49	2,7551	1,21673			
	5- Hiçbir bankayla	32	3,2500	1,39122			

	çalışmıyorum , sadece öz kaynak kullanıyorum						
	Toplam	415	2,6892	1,24033			
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?	1- Sadece katılım bankaları	42	3,0238	1,25888			
	2- Sadece ticari bankalar	173	2,6416	1,14572			
	3- Çoğunlukla katılım bankaları	119	2,7311	1,11003			
	4- Çoğunlukla ticari bankalar	49	3,1429	1,11803	2,446	4;410;414	0,0 46
	5- Hiçbir bankayla çalışmıyorum , sadece öz kaynak kullanıyorum	32	2,8750	1,15703			
	Toplam	415	2,7831	1,15311			
<b>Dunnett t(2-sided)* testi sonuçlarına göre;</b>							
İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissediyorsunuz ?	1- Sadece katılım bankaları	42	3,2143	1,40618			0,0 35
	2- Sadece ticari bankalar	173	3,1272	1,27863	2,609	4;410;414	3- 5*
	3- Çoğunlukla katılım	119	3,3361	1,38562			4- 5*

bankaları							
4- Çoğunlukla ticari bankalar	49	3,4898	1,40123				
5- Hiçbir bankayla çalışmıyorum , sadece öz kaynak kullanıyorum .	32	2,5938	1,43368				
Toplam	415	3,1976	1,36006				

1. Test %95 güven seviyesinde yapılmıştır. ( $p < 0,05$ )

2. Tabloda sadece önemli farklılık gösteren sorularla ilgili sonuçlara yer verilmiştir.

3. (Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir? 1- Çok iyi yönetebilir/ 5- İyi yönetemez).

4. (İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz? 1- Kesinlikle tercih ederim/ 5- Kesinlikle tercih etmem).

5. (İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissediyorsunuz? 1- Aşırı derecede zorunluluk hissediyorum/ 5- Zorunluluk hissetmiyorum).

Tablo 4.8.'da görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre, Tukey HSD, LSD ve Bonferroni sonuçlarına göre, İslami bankacılık ile ilgili olan faktörleri finansman sorunlarının çözümünde başvurduğumuz yöntemlere göre karşılaştırdığımızda, İslami bir bankanın fonlarını ne kadar iyi yönetebileceğine ilişkin olarak cevaplayıcılar ağırlıklı olarak katılım bankaları ve öz kaynak tercihinde bulunacaklarını söylüyorlar. İslami bankacılık ile ilgili olan faktörlerin finansman sorunlarının çözümünde başvurduğumuz yöntemlere göre karşılaştırdığımızda, uygun testlere göre, İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih edip etmeyecekleri konusunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. ( $*p < 0,05$ ) Yine Tablo8'den görüldüğü gibi, İslami bankacılığa yatırım

yaparken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissettiklerine ilişkin olarak Dunnett t (2-sided)\* sonuçlarına göre cevaplayıcılarda katılım bankalarını tercihte dini etmenlerin ağırlığının düşük kaldığı görülmüştür.

**Tablo 4.9.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Bankacılık İşlemlerine Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA)							
LSD sonuçlarına göre;							
Değişkenler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.	1- Sadece katılım bankaları	61	3,8689	1.29712	2,666	3;411	0,047 1-3* 1-2*
	2- Sadece ticari bankalar	184	3.4348	1.47329			
	3- Çoğunlukla katılım bankaları	121	3.3471	1.49839			
	4- Çoğunlukla ticari bankalar	49	3.8163	1.36433			
	Toplam	415	3.5181	1,45265			

1. Test %95 güven seviyesinde yapılmıştır. (p<0,05)

2. Tabloda sadece önemli farklılık gösteren sorularla ilgili sonuçlara yer verilmiştir.

3. (1- Kesinlikle evet/ 5- Kesinlikle hayır)

Tablo 4.9.'da görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucu ve LSD sonuçlarına göre, İslami bankacılık ile ilgili olan faktörleri bankacılık işlemlerine göre karşılaştırdığımızda, bireylerin ağırlıklı olarak öz kaynak finansmanını tercih ettiği yada finansman sağlama hususunda tüm bankalara eşit uzaklıkta oldukları söylenebilir.

**Tablo 4.10.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Katılım Bankalarının Ürünlerine Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA)						
Dunnett t (2-sided) sonuçlarına göre;						
Değişkenler	N	Ortalama	Standart	F	Sd	P



			a	Sapma			
İslami bankacılığı ne düzeyde ulaşabilir buluyorsunuz?	1- Cari hesap	47	2,8085	1,36156	2,483	7:407	0,017 2-8* 3-8*
	2- Katılım hesabı	93	2,3441	1,25538			
	3- Ticari kredi	50	2,3200	1,20272			
	4- Bireysel kredi	55	2,7818	1,22763			
	5- Kredi kartı	111	2,7658	1,30701			
	6-Fatura ödemeleri	44	2,9318	1,37075			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	2,9231	1,55250			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	4,5000	0,70711			
	Toplam	415	2,6554	1,30932			
<b>Tukey HSD sonuçlarına göre;</b>							
Değişkenler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	1- Cari hesap	47	2,3404	1,06886	2,929	7;407	0,005 1-6* 2-6* 4-6*
	2- Katılım hesabı	93	2,4731	1,26484			
	3- Ticari kredi	50	2,8600	1,41436			
	4- Bireysel kredi	55	2,4727	1,06900			
	5- Kredi kartı	111	2,8468	1,25914			
	6-Fatura ödemeleri	44	3,2273	1,27341			

	7-Dış ticaret işlemleri	13	2,6923	0,48038			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	2,0000	0,00000			
	Toplam	415	2,6892	0,06089			
<b>LSD sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	1- Cari hesap	47	2,3404	1,06886	2,929	7;40 7	0,005
	2- Katılım hesabı	93	2,4731	1,26484			1-3*
	3- Ticari kredi	50	2,8600	1,41436			1-5*
	4- Bireysel kredi	55	2,4727	1,06900			1-6*
	5- Kredi kartı	111	2,8468	1,25914			2-5*
	6-Fatura ödemeleri	44	3,2273	1,27341			2-6*
	7-Dış ticaret işlemleri	13	2,6923	0,48038			4-6*
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	2,0000	0,00000			
	Toplam	415	2,6892	0,06089			
	<b>Tamhane sonuçlarına göre;</b>						
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan ne	1- Cari hesap	47	2,4894	1,28321	3,910	7;407	0,000
	2- Katılım hesabı	93	3,1075	1,28927			1-3*
							1-5*
							1-6*

ölçüde zorunluluk hissediyorsunuz?	3- Ticari kredi	50	3,7800	1,28238			
	4- Bireysel kredi	55	3,0182	1,26916			
	5- Kredi kartı	111	3,2523	1,36494			
	6-Fatura ödemeleri	44	3,4318	1,45911			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	3,6154	1,32530			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	3,5000	2,12132			
	Toplam	415	3,1976	1,36006			
	<b>Dunnett t T3 testi sonuçlarına göre;</b>						
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissediyorsunuz?	1- Cari hesap	47	2,4894	1,28321	3,910	7;407	0,000 1-3* 1-5* 1-6*
	2- Katılım hesabı	93	3,1075	1,28927			
	3- Ticari kredi	50	3,7800	1,28238			
	4- Bireysel kredi	55	3,0182	1,26916			
	5- Kredi kartı	111	3,2523	1,36494			
	6-Fatura ödemeleri	44	3,4318	1,45911			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	3,6154	1,32530			
	8-Menkul kıymet	2	3,5000	2,12132			

	işlemleri						
	Toplam	415	3,1976	1,36006			
<b>Tamhane testi sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
Genel olarak finansal sistemde faiz esaslı geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir.	1- Cari hesap	47	3,0426	1,31806	2,554	7;407	0,0114 1-8* 2-8* 3-8* 4-8* 5-8* 6-8* 7-8*
	2- Katılım hesabı	93	3,1398	1,22998			
	3- Ticari kredi	50	3,6800	1,30055			
	4- Bireysel kredi	55	3,1091	1,36995			
	5- Kredi kartı	111	2,9910	1,29682			
	6-Fatura ödemeleri	44	3,1591	1,42964			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	2,4615	1,19829			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	5,0000	0,00000			
	Toplam	415	3,1398	1,31232			
<b>Dunnet T3 testi sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
Genel olarak finansal sistemde faiz esaslı geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir.	1- Cari hesap	47	3,0426	1,31806	2,554	7;40 7	0,011 4 1-8* 2-8* 3-8* 4-8* 5-8* 6-8* 7-8*
	2- Katılım hesabı	93	3,1398	1,22998			
	3- Ticari kredi	50	3,6800	1,30055			
	4- Bireysel kredi	55	3,1091	1,36995			

	5- Kredi kartı	111	2,9910	1,29682			
	6-Fatura ödemeleri	44	3,1591	1,42964			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	2,4615	1,19829			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	5,0000	0,00000			
	<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>3,1398</b>	<b>1,31232</b>			
<b>Dunnett t(2-sided)<sup>b</sup> testi sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
Genel olarak finansal sistemde faiz esaslı geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir.	1- Cari hesap	47	3,0426	1,31806	2,554	7;40	0,011
	2- Katılım hesabı	93	3,1398	1,22998		7	4
	3- Ticari kredi	50	3,6800	1,30055			7-8*
	4- Bireysel kredi	55	3,1091	1,36995			
	5- Kredi kartı	111	2,9910	1,29682			
	6-Fatura ödemeleri	44	3,1591	1,42964			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	2,4615	1,19829			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	5,0000	0,00000			
		<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>3,1398</b>	<b>1,31232</b>		
<b>Tukey HSD testi sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>

İslami kurallara uygun oldukları için sıklıkla İslami bankacılığı kullanırım.	1- Cari hesap	47	2,1277	1,09578	3,066	7;40 7	0,004 1-6* 2-6*
	2- Katılım hesabı	93	2,4624	1,07904			
	3- Ticari kredi	50	2,8400	1,46190			
	4- Bireysel kredi	55	2,5636	1,22872			
	5- Kredi kartı	111	2,7117	1,40381			
	6-Fatura ödemeleri	44	3,1818	1,55926			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	2,0769	,64051			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	2,0000	1,41421			
	Toplam	415	2,6120	1,31191			
<b>LSD testi sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
İslami kurallara uygun oldukları için sıklıkla İslami bankacılığı kullanırım.	1- Cari hesap	47	2,1277	1,09578	3,066	7;40 7	0,004 1-3* 1-5* 1-6* 2-6* 4-6* 6-7*
	2- Katılım hesabı	93	2,4624	1,07904			
	3- Ticari kredi	50	2,8400	1,46190			
	4- Bireysel kredi	55	2,5636	1,22872			
	5- Kredi kartı	111	2,7117	1,40381			
	6-Fatura ödemeleri	44	3,1818	1,55926			
	7-Dış	13	2,0769	0,64051			

	ticaret işlemleri						
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	2,0000	1,41421			
	Toplam	415	2,6120	1,31191			
<b>Tamhane sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.	1- Cari hesap	47	2,1915	1,15417	3,485	7;40	0,001
	2- Katılım hesabı	93	2,1720	,91632			
	3- Ticari kredi	50	2,2800	1,06981			
	4- Bireysel kredi	55	2,2909	1,06585			
	5- Kredi kartı	111	2,7658	1,47682			
	6-Fatura ödemeleri	44	2,7727	1,32706			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	3,1538	1,14354			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	2,5000	,70711			
	Toplam	415	2,4578	1,22673			
	<b>Dunnett T3 sonuçlarına göre;</b>						
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları	1- Cari hesap	47	2,1915	1,15417	3,485	7;407	0,001
	2- Katılım hesabı	93	2,1720	,91632			
	3- Ticari	50	2,2800	1,06981			

sunmaktadır.	kredi						5-8*
	4- Bireysel kredi	55	2,2909	1,06585			6-8*
	5- Kredi kartı	111	2,7658	1,47682			7-8*
	6-Fatura ödemeleri	44	2,7727	1,32706			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	3,1538	1,14354			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	2,5000	,70711			
	Toplam	415	2,4578	1,22673			
<b>Dunnett t (2-sided)<sup>b</sup> sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.	1- Cari hesap	47	2,1915	1,15417	3,485	7,407	0,001 7-8*
	2- Katılım hesabı	93	2,1720	,91632			
	3- Ticari kredi	50	2,2800	1,06981			
	4- Bireysel kredi	55	2,2909	1,06585			
	5- Kredi kartı	111	2,7658	1,47682			
	6-Fatura ödemeleri	44	2,7727	1,32706			
	7-Dış ticaret işlemleri	13	3,1538	1,14354			
	8-Menkul kıymet işlemleri	2	2,5000	,70711			
	Toplam	415	2,4578	1,22673			



1. Test %95 güven seviyesinde yapılmıştır. ( $p < 0,05$ )
2. Tabloda sadece önemli farklılık gösteren sorularla ilgili sonuçlara yer verilmiştir.
3. (İslami bankacılığı ne düzeyde ulaşabilir buluyorsunuz? 1- Ulaşılabilir değil/ 5- Yeterince ulaşılabilir)
4. (Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir? 1- Çok iyi yönetebilir/ 5- İyi yönetemez).
5. (İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissediyorsunuz? 1- Aşırı derecede zorunluluk hissediyorum/ 5- Zorunluluk hissetmiyorum).
6. (Genel olarak finansal sistemde faiz esaslı geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir. 1- Kesinlikle katılıyorum/ 5- Kesinlikle katılmıyorum).
7. (İslami kurallara uygun oldukları için sıklıkla İslami bankacılığı kullanırım. 1- Kesinlikle evet/ 5- Kesinlikle hayır).
8. (İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır. 1- Kesinlikle katılıyorum/ 5- Kesinlikle katılmıyorum).

Tablo 4.11’de görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve Dunnett t (2-sided) sonuçlarına göre, İslami bankacılık ile ilgili olan faktörlerin katılım bankalarının ürünlerine göre karşılaştırdığımızda, İslami bir bankanın hangi düzeyde ulaşılabilir olduğuna ilişkin olarak cevaplayıcılar cari hesap, bireysel/ticari kredi ya da menkul kıymet işlemleri hizmet ve ürünleri açısından ulaşılabilir bulmakta ve tercih etmektedir. İslami bankacılık ile ilgili olan faktörlerin katılım bankalarının ürünlerine göre karşılaştırdığımızda, Tukey HSD ve LSD testlerine göre, İslami bir bankanın fonlarını ne kadar iyi yöneteceğine ilişkin olarak, bireylerin katılım bankalarını daha çok temel bankacılık hizmetleri (cari hesap, kredi kartı, fatura ödeme vs.) için tercih ettikleri, fon yönetiminde başarılı bulmadıkları yada alternatifleri tercih ettikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. (\* $p < 0,05$ ) Yine Tablo 4.10’da görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre, İslami bankacılık ile ilgili olan faktörlerin katılım bankalarının ürünlerine göre karşılaştırdığımızda, İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissettiğinize ilişkin olarak Dunnett T3 ve Tamhane sonuçlarına göre, cevaplayıcılar dini etmenlerin pek de etkili olmadığını bildirmektedirler.

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre, İslami bankacılık ile ilgili olan faktörlerin katılım bankalarının ürünlerine göre karşılaştırdığımızda, genel olarak finansal sistemde faiz esaslı geçerli olduğu için İslami bankacılığın gerçekçi olmadığına ilişkin olarak Dunnett t (2-sided), Dunnett T3 ve Tamhane sonuçlarına göre, İslami bankacılığın varlığı kabul edilmektedir.

Tablo 10’dan görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre, İslami bankacılık ile ilgili olan faktörlerin katılım bankalarının ürünlerine göre karşılaştırdığımızda, İslami kurallara uygun oldukları için sıklıkla İslami bankacılığı kullandığımızı ilişkin olarak Tukey HSD ve LSD sonuçlarına göre, bireylerin mevduatlarının İslami bankalarda değerlendirdikleri ancak kredi ihtiyaçlarını daha çok ticari bankalardan karşıladıkları görülmektedir.

Diğer taraftan katılımcılar, İslami bankaları sunmuş oldukları yatırım ürünleri açısından genel itibariyle yeterli bulmaktadırlar.

**Tablo 4.11.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Anketin Yapıldığı Kişinin İşlem Yapmakta Olduğu Bankaya Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA)							
Tukey HSD sonuçlarına göre;							
Değişkenler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.	1-Faizli Özel Banka	97	2,5464	1,19042	4,202	2;412	0,016 2-3* 3-2*
	2-Özel Katılım Bankası	200	2,2850	1,12700			
	3-Faizli Devlet Bankası	118	2,6780	1,37674			
	Toplam	415	2,4578	1,22673			
LSD sonuçlarına göre;							
Değişkenler		N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sd	P
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede	1-Faizli Özel Banka	97	2,5464	1,19042	4,202	2;412	0,016 2-3* 3-2*
	2-Özel Katılım Bankası	200	2,2850	1,12700			

yatırım fırsatları sunmaktadır.	3-Faizli Devlet Bankası	118	2,6780	1,37674			
	Toplam	415	2,4578	1,22673			
<b>Tukey HSD sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
Geleneksel bankacılıkla kıyaslandığında İslami bankacılık benzer yatırım fırsatları sunmaktadır.	1-Faizli Özel Banka	97	2,4536	1,29116	4,504	2;412	0,012 2-3* 3-2*
	2-Özel Katılım Bankası	200	2,4200	1,09526			
	3-Faizli Devlet Bankası	118	2,8220	1,29186			
	Toplam	415	2,5422	1,21087			
<b>LSD sonuçlarına göre;</b>							
<b>Değişkenler</b>		<b>N</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>	<b>F</b>	<b>Sd</b>	<b>P</b>
Geleneksel bankacılıkla kıyaslandığında İslami bankacılık benzer yatırım fırsatları sunmaktadır.	1-Faizli Özel Banka	97	2,4536	1,29116	4,504	2;412	0,012 1-3* 2-3* 3-2*
	2-Özel Katılım Bankası	200	2,4200	1,09526			
	3-Faizli Devlet Bankası	118	2,8220	1,29186			
	Toplam	415	2,5422	1,21087			

1. Test %95 güven seviyesinde yapılmıştır. ( $p < 0,05$ )

2. Tabloda sadece önemli farklılık gösteren sorularla ilgili sonuçlara yer verilmiştir.

3. (İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır. 1- Kesinlikle katılıyorum/ 5- Kesinlikle katılmıyorum).

4. (Geleneksel bankacılıkla kıyaslandığında İslami bankacılık benzer yatırım fırsatları sunmaktadır. 1- Kesinlikle katılıyorum/ 5- Kesinlikle katılmıyorum).

Tablo 4.12'ye göre İslami bankacılık ile ilgili olan faktörlerin anketin yapıldığı kişinin işlem yapmakta olduğu bankaya göre karşılaştırdığımızda, İslami bankacılığın müşterilerin taleplerini karşılayacak düzeyde yatırım fırsatları

sunduğunu söyleye biliriz. Geleneksel bankacılıkla kıyaslandığında İslami bankaların benzer yatırım fırsatları sunduğu düşünölmektedir.



**Tablo 4.12.** İslami Bankacılık İle İlgili Olan Faktörlerin Anketin Yapıldığı Kişiyeye Göre Karşılaştırılması

Test istatistiği (Bağımsız Örnekler İçin T Testi)							
Önemli Değişken	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	t	Sd	P
İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.	Banka Personelidir	47	3,0851	1,58567	-2,010	55,943	0,049
	Müşteridir	368	3,5734	1,42766			

\*p<0,05 (1- Kesinlikle evet/ 5- Kesinlikle hayır)

Tablo 4.13'e göre banka personelleri ve müşteriler finansal işlemlerinde daha çok geleneksel bankacılığı tercih etmektedirler. Bura da şunu belirtmek gerekir, geleneksel bankaların şube sayıları ve personel sayılarının İslami bankalara kıyasla önemli derecede fazla olmasının çıkan sonuçları etkilemiş olduğu düşünülmektedir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Katılım bankalarının asıl kuruluş amacı ortaklık sistemiyle topladıkları fonu yine ortaklık sistemiyle değerlendirip yatırıma dönüştürmeleridir. Ancak hukûkî, ahlâkî ve ticârî sebeplerle bu gerçekleşmemiş ve bu bankalar daha çok murâbaha (peşin alıp vadeli satma) yöntemini kullanmışlardır. Katılım bankalarının murâbaha yanında ortaklık olarak yatırım yapılabilecek alan araştırmaları gerekmektedir. Bu doğrultuda şubelerini farklı illerde farklı yatırım imkânlarını araştıran birimler haline getirerek ortaklık sistemini güçlendirmeleri, kuruluş amaçlarına daha uygun olacaktır. Ülkemiz de, faizsiz bankacılığın yaygın olduğu diğer İslam ülkeleri ile kıyaslandığında, faizsiz bankacılığın sektör içerisindeki payının olması gereken ya da beklenen düzeyin çok altında olduğu görülür. Bunun nedeni olarak faizsiz bankacılığa özel bir yasal alt yapının uzun yıllar tesis edilmemiş olması ve halende istenilen düzeyin çok altında olduğu gerçeğidir. Mevcut şartlarda konvansiyonel bankalarla aynı yasal düzenlemelere tabi olarak faaliyet yürütmeye çalışmaları, özü itibariyle faizsiz bankacılığın uygulamalarına büyük sekte vurmakta, halk nezdinde faizli banka, faizsiz banka ayrımının tam olarak yapılamaması ya da anlaşılabilmesine neden olmaktadır. Kaldı ki insanların faizsiz bankacılık ayrımını anlayabilmeleri için ayrıntılı çalışma ve bilgi birikimi edinmeleri gerekmekte, çıplak gözle bakıldığında farkın görülmesi mümkün olmamaktadır. Faizsiz bankacılığın uzun yıllar yasal çerçeve içerisine dahil edilmemesi, geçmişinde bir çok suistimallerin yaşanmasına sebep olmuş, bu da güven kaybına ve insanların halen bile faizsiz sisteme çekimser kalmalarına neden olmuştur.

Uygulama sonuçlarında görüldüğü üzere, ülkemizde İslami bankacılığın faaliyetlerinde normal bankalarla olan benzerliği, işlemlerin kesin çizgilerle farklılaştırılmamış olması ve çıplak gözle durumun fark edilememesi İslami bankacılığa olan olumsuz yaklaşımların en önemli sebebidir. Diğer taraftan, toplumumuzun “İslami bankacılığı tercih ederiz”, “İslami bankacılığı isteriz” söylemlerine karşın, tutumlarında yeterli düzeyde samimiyet göstermedikleri, bu hususta araştırma ve inceleme yapmadan kulaktan dolma bilgilerle yetindikleri aşikârdır. Yaptığımız çalışmaya ilişkin genel edinimler aşağıda maddeler halinde paylaşılmıştır: Verilerin analiz sonuçlarına baktığımızda Aksaray ilinde yaşayan

bireyler, ihtiyaç duydukları bankacılık hizmeti konusunda geleneksel bankalar kadar katılım bankalarını da tercih edeceklerini ifade etmişlerdir.

- Katılım bankalarının tercihinde eğitim ve yaş faktörünün önemli bir farklılık doğurmadığı gözlenmiştir.
- Medeni halin banka tercihinde etkisi olmamakla beraber evli ve yaşı belirli seviyenin üstünde olan kesimin, bankacılık işlemlerine ve bankalara daha aşına oldukları ve nispeten geleneksel bankaları daha çok kullandıkları görülmektedir.
- Çalışan bireyler çalışmayanlara kıyasla katılım bankalarını daha ulaşılır bulmakta ve katılım bankaları ile ilgili belirli bir düzeyde bilgi sahibi olduklarını ifade etmektedirler. Diğer taraftan çalışmayanlar, katılım bankalarının diğer bankalara oranla daha fazla kredi imkanı sunduğunu ve İslami kurallara uygun olduğu için katılım bankalarını tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Kanaatimizce, gelir sahibi bireyler katılım bankaları üzerinden fiilen daha fazla işlem yapma olanağına sahip olmaktadır ve daha sağlıklı değerlendirmede bulunmaktadır.
- Kişilerin çalıştıkları işyerlerinin banka seçiminde çok fazla etkili olmadığı ifade edilmiştir. Aksaray’da coğrafi ve kültürel yapı itibariyle işletmelerin benzer özellik ve şartlarda hizmet sağladıkları düşünüldüğünde farklılık çıkmaması anlaşılabilir olarak değerlendirilmiştir.
- Uygulama sonucuna göre bireylerin finansman ihtiyacını karşılamada bankaları tercih ederim diyenler içerisinde katılım bankası ya da geleneksel banka noktasında ciddi bir fark bulunmamaktadır. Çoğunluk kısım öz kaynak finansmanını tercih edeceğini ifade etmektedir. Bireylerde faizsiz finansman imkanları hususunda ciddi bir bilgi boşluğu ya da güvensizlik duygusu taşıdığı düşünülebilir.
- Bankacılık hizmetleri için daha iyi, rahat ve hızlı olan kurumları tercih edecekleri anlaşılan katılımcıların, finansman ihtiyaçları için öz kaynak ya da geleneksel bankaları ağırlıklı olarak tercih ettikleri görülmektedir.

- Bireylerin paralarını değerlendirme hususunda İslami bankaları yeterince ulaşılabilir bulduklarını ancak bankacılık sisteminin genel olarak faiz esaslı olması sebebiyle, faizsizlik hususunda tereddütleri olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcılar, İslami bankaların ihtiyacı karşılayacak düzeyde yatırım fırsatı sunduklarını ifade etmişlerdir.

Faizsiz bankacılığa yapılan yatırımın yetersiz kalması, özel sektörün büyük yatırımlar konusunda teşvik edilmemesi, sınırlı miktarda yabancı kaynaklı yatırımla faaliyetlerin yürütülmesi, faizsiz bankacılığın gelişimini engelleyen diğer bir etmendir. Ancak son dönemde devletin katılım bankaları kurarak sisteme dâhil olmasının sektöre olumlu etkileri olmuştur. Ülkemizi faizsiz sistemin merkezi yapma planları gerçekten sektör için umut vericidir. Tabi ki hedef hem beşeri hem maddesel sermaye açısından önemli yatırım ve hazırlıklar gerektirmektedir. Önümüzdeki dönemlerde bu konuda fiili adımlar atılması beklentimizdir. Faizsiz bankacılığın ciddi manada işlediği ve konvansiyonel bankalardan net olarak ayrıldığını görmek için katılım bankalarının asli finansman yöntemleri olan ortaklık yatırımlarına ve projelere destek olma faaliyetlerine ağırlık vermeleri ve murabaha ürününü en düşük seviyeye çekmeleri gerekmektedir. Ülkemizde mudilerin yatırımlarından geri dönüş bekleme sürelerinin bir ay ile üç ay arası gibi kısa bir süre olduğu, dolayısıyla bankalar açısından kısa vadeli kaynağı uzun vadeli yatırıma bağlamanın bilançonun denkliği açısından sakıncalı olduğu gerçeğini de göz ardı edip, katılım bankalarına haksızlık etmemeliyiz. Ayrıca ülkemizde makro ekonomik verilerin (enflasyon gibi) stabil olmaması, döviz kurları ve diğer finansal verilerin çok değişkenlik göstermesi neticede bir ticarethane olan katılım bankalarını bu noktada temkinli davranmaya itmektedir. Diğer bir husus olarak bireysel finansman ürünlerinde tüm bankalar için hazırlanmış bankalar kanununa uymak noktasında katılım bankalarının finansa ettikleri konut veya aracı kendi üzerine alamamaları, gene yasal kısıtlama dolayısıyla belli marjlarla finansmana dahil olmaları toplumda kafa karışıklığına neden olmakta ve “ Ne farkı var ki?” sorusuna zemin hazırlamaktadır.

Son olarak dini bir konu olan faiz meselesi kişiler ve kurumlar açısından ne kadar kurallar ve sisteme bağlı olsa da belli bir noktadan sonra kişilerin ve kurumların niyetleri devreye girmekte ve suiistimallerin yaşanma ihtimali doğmaktadır. Faizi



emek sahipleri için eziyet, sermaye sahipleri için risk almadan kazanç olarak gören bir anlayışla katılım bankacılığının varlığı ve gelişimi önemsenmektedir, ülkemizde bu konuda daha fazla bilincin oluşması için yetişmiş insan kaynağımızın bulunması, yasal alt yapımızı güçlendirmemiz ve maddi sermayemizi arttırmamız gerekmektedir. İslami bankacılığın gelişimi için, insanların İslami bankalara daha rahat ulaşmaları sağlanmalıdır, İslami bankacılığın bilincinin geliştirilmesine yönelik seminer ve konferanslar verilmeli, konu ile ilgili reklamlar arttırılmalıdır. İslami bankacılığın daha etkin kullanımı amacıyla bankalar, İslami bankacılığı en çok kullanan müşterileri tespit edip bu müşterilere çeşitli ödüller vermelidir. Sivil toplum kuruluşları aracılığıyla katılım bankalarına yönelik kulüpler oluşturulabilir. İslami bankacılığın yararları insanlara anlatılabilir.

## KAYNAKÇA

- Aladağ A.S. (2010). Türkiye’de bireysel bankacılığın katılım bankalarındaki gelişimi ve bir katılım bankası uygulaması, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama bilim dalı, Yüksek lisans tezi.
- Akcan A (1997) Özel Finans Kurumlarının Türk Finans Sektöründeki Konumu ve Geleceği. (29-30). Malatya : Doktora Tezi.
- Akdoğan, M Ş (1983) “Pazarlama Yönetim Fonksiyonları Açısından Hizmet Pazarlaması”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı:5, s. 123-139
- Akın Acuner Ş (2003) Müşteri Memnuniyeti ve Ölçümü, İstanbul: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Akkuş H T (2017) Türk bankacılık sektöründeki katılım bankalarının finansal istikrarının stres testi yöntemi ile analizi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe ve Finansman Bilim Dalı, Doktora Tezi.
- Akhan A (2010) Katılım bankaları ile mevduat bankalarının müşteri odaklılıklarının karşılaştırılması, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Tezsiz yüksek lisans dönem projesi.
- Aktepe İ (2013) Sorularla Katılım Bankacılığı. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği Yayını, s. 20.
- Al-Ajımı J Abo Hussain H ve Al-Saleh N (2009) “Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain, How They Choose Which Bank to Patronize”, International Journal of Social Economics, Vol:36, No:11, pp.1086-1112
- Albaraka Türk A (2017) Bankacılık Ürün ve Hizmetlerimiz, Kurumsal Yayın.
- Albaraka Türk B (2017) Katılım Bankacılığı Sistemi, Çalışma Esasları ve Uygulaması, Kurumsal Yayın.
- Albaraka Türk C (2017) Katılım Bankacılığı, Kurumsal Yayın.

- Altıntaş K M (2016) Katılım bankacılığı çerçevesinde alternatif bir sigorta sistemi: Tekafül sigorta sisteminin Türkiye’de uygulanabilirliği, AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:16, Sayı:2, s. 115-142.
- Amin H (2008) Choice criteria for islamic home financing: empirical investigation among malaysian bank customers, International Journal of Housing Markets and Analysis, 1(3), s. 256-274.
- Arslan C E (2017) Katılım Bankacılığı ve Türkiye Ekonomisine Katkıları, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Tartışma Metinleri, 1-17.
- Atar A (2017) Başlangıcından günümüze Dünya’da ve Türkiye’de İslami Bankacılığın Genel Durumu, Tarih, Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, vol. 6, no. 4, ss. 1029-1062, ISSN: 2147-0626. Doi: <http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v6i4.1079>.
- Ateş H ve Erol C (1990) Bankacılıkta Çağdaş Yapılanma ve Çağdaş “Bankacılık Anlayışında Pazarlamanın Önemi”, Yıl:1, Sayı:3, s. 37-43.
- Atış A (2011) Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Çalışan Memnuniyetine Etkileri. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Programı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Babakuş E ve Mangold W (1992) Adapting the Servqual Scale to Hospital Services: An Empirical Investigation, Health Services Reseach, 26 (6), 767-786.
- Bağcı H (2013) Ticari bankalar ile katılım bankalarının karlılık performanslarının topsis yöntemi ile karşılaştırılması, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Finansman Programı, Yüksek Lisans Tezi.
- Banar K ve Ekeril V (2010) Muhasebe Meslek Mensuplarının Hizmet Kalitesi: Sunulan Hizmetlerin Kalitesi ile Müşteri Memnuniyeti İlişkisi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 1, ss: 39-60.

- Bayındır S (2009) Asya ve Afrika kültürünün Dünya'ya bir armağanı: faizsiz bankacılık, 38. ICANAS, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi,10-15.09.2007, Ankara/Türkiye: Bildiriler: Ekonomi.
- Bildirici Çalık E (2016) Geleneksel bankalar ile katılım bankalarının finansal performanslarının Basel III kriterleri açısından kıyaslanması, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Bildirici Çalık E ve Aygün M (2017) Geleneksel Bankalar ile Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Basel III Kriterleri Açısından Kıyaslanması, Journal of Current Researches on Business and Economics, Vol:7, Issue:2, ISSN:2547-9628.
- Bolton R N ve Drew J H (1991) A longitudinal analysis of the impact of service changes on customer attitudes, Journal of Marketing, 55 (1), s. 1-10.
- Boyd LW Leonard M ve White C (1994) "Customer Preferences for Financial Services: An Analysis", International Journal of Bank Marketing, Vol:12, No:1, pp. 9-1.
- Bulut H İ ve Er B (2009) Katılım Bankacılığında İki Yeni Finansal Teknik Önerisi: Mudaraba-Risk Sermayesi Yatırım Ortaklıkları ve Mudaraba-Risk Sermayesi Yatırım Fonları, Katılım Bankaları Birliği Yayını, s. 28.
- Bulut H İ ve Er B (2012) Katılım Finansmanı: Katılım Bankacılığı ve Girişim Sermayesi. İstanbul.
- Bulut Ş (2014) Müşteri Tercihlerinin Belirleyicisi Olarak Ürün ve Hizmet Kalitesi: Katılım Bankaları İle Ticari Bankaların Karşılaştırmalı Analizi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Büyükdeniz A (2000) Faizsiz Finans Kurumlarının Mali Sistem İçindeki Yeri ve Çalışma Prensipleri, Türkiye'de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama, İstanbul, Albaraka Türk Yay.

Büyükdeniz A (2003) Ekonomik Bir Gerçeklik Olarak Özel Finans Kurumları. 3. Özel Finans Kurumları Birliği Dünyada ve Türkiye’de Faizsiz Bankacılık.

Canbaz M (2018) Katılım Bankacılığı, 2. Baskı. İstanbul : Beta Yayınları.

Çalık Bildirici E (2016) Geleneksel Bankalar ile Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Basel III kriterleri açısından kıyaslanması, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Çelik İ (2016) Katılım bankaları ve denetleme sorunsalı, ANKA e-DERGİ, Cilt 1, Sayı 1, ss. 29-43.

Çobankaya F T (2014) Katılım Bankalarının Türkiye’deki Farkındalık Düzeyinin Tespiti: Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Çonkar M K Canbaz M F ve Arifoğlu A (2018) Mevduat ve katılım bankaları kredilerinin ekonomik büyüme ile ilişkisi: ekonometrik bir analiz, AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:20, Sayı:1, ss:1-11.

Çoşkun A (2008) Katılım bankalarının bankacılık sektöründeki yeri ve önemi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Politikası Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Demir Ö. ve Atlı Y. (2014) Katılım bankalarında internet bankacılığı: Elazığ ili örneği, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:24, Sayı:2, Sayfa 191-203, Elazığ-2014.

Dereci M (2018) Dünyada ve Türkiye’de Faizsiz Finans, katılım finans dergisi. Türkiye Katılım Bankaları Birliği.

Doğan M (2013) Katılım ve Geleneksel Bankaların Finansal Performanslarının Karşılaştırılması: Türkiye Örneği, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı: 58, ISSN: 2146-3042.

- Doğan S (2008) Katılım Bankaları ve Ekonomiye Etkileri: Türkiye Örneği, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Duramaz S ve Erol İ (2018) Banka Müşterilerinin Katılım Bankası Tercihlerine Yönelik Bir Araştırma: Ege Bölgesi Örneği, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt: 25, Sayı: 1, ss: 251-267.
- Dusuki A W ve Abdullah N I (2007) Why do malaysian customers patronise islamic banks, International Journal of Bank Marketing, 25(3), s. 142-160.
- Erdoğan D (2011) Katılım Bankacılığı ve Türkiye Ekonomisine Katkıları. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi. İstanbul.
- Erol C ve El-Bdour R (1989) Attitude, behavior and patronage factors of bank customers towards islamic banks, Intl. J. of Bank Marketing, 7(6), s. 31-37.
- Erol C Kaynak E ve El-Bdour R (1990) Conventional and islamic bank: patronage behavior of jordanian customers. Intl. J. of Bank Marketing, 8(5), s. 25-35.
- Eskici M (2007) Türkiye’de Katılım Bankacılığı Uygulaması ve Katılım Bankalarının Müşteri Özellikleri, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Gait A H (2009) The ımpact of demographic variables on libyan retail consumers’attitudes towards islamic methods of finance, Islamic Economic Studies, 17(1).
- Giese J L ve Cote J A (2000) Defining Customer Satisfaction. Academy of Marketing Science Review. 1(1), s. 1-22.
- Gökçen G (2017) Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 2017 Cilt: 2 Sayı: 1
- Haneef M. A. M. (1997). Islam, the Islamic worldview, and Islamic economics, IIUM Journal of Economics & Management5, no1; 39-65.

- Hancı M (2007) Katılım Bankalarında Sigortacılık İşlemleri ve Uygulaması, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana bilim Dalı, Muhasebe Finansman Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Haron S Ahmad N ve Planisek S L (1994) Bank patronage factors of muslim and non-muslim customers, *International Journal of Bank Marketing*, 12(1), s. 32-40.
- Hasan S A Subhani M I Osman M ve Others (2012) Consumer criteria for the selection of an Islamic Bank: Evidence from Pakistan. <http://mpa.ub.unimuenchen.de/40384/> adresinden erişildi.
- Hegazy Ibrahim A (1995) An empirical comparative study between islamic and commercial banks'selection criteria in Egypt, *International Journal of Commerce and Management*, 5(3), s. 46-61.
- Heskett J L Jones T O Loveman G W Sasser W E ve Schlesinger L A (1994) Putting the Service-Profit chain to work. *Harvard Business Review*, March-April.
- İraz, R Çetin S ve Karakoyun B E (2012) Bankalarda Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Performansa Etkisi ve Bir Uygulama. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(23), s. 201-240.
- Kalaycı İ (2013) Katılım bankacılığı: mali kesimde nasıl bir seçenek?, *Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 9, Sayı 19, ss. 51-74, ISSN: 2147-9208.
- Kara M (2006) Katılım bankalarında personel eğitimi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bankacılık Eğitimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Karaayhan İ (2008) Bankalarda performans değerlendirme ve Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları üzerinde bir uygulama, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe Finansman Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Karakoç Y (2011) Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankacılığının Yeri ve İşleyişi, İstanbul: Beykent Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.

- Kaya B (2013) Katılım Bankalarında Bireysel Emeklilik Sistemi ve İşleyişi, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İşletme Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Kayan M Ö (2009) Bankacılık Hizmetlerinin Pazarlanması: Halkbankası Samsun Bölge Koordinatörlüğü Uygulama Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Programı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Kılınç G (1994) “Bankalarda Servis Kalitesi ve Kontrolü”, Bankacılar Dergisi, Yıl:5, Sayı 13, s. 39-43
- Kınalı F (2012) Faizsiz Sistemde Bankacılık Anlayışı ve Kredi İşlemleri, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kodra A (2017) Katılım bankalarının Türkiye ekonomisine katkıları, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Finans Enstitüsü, Tartışma metinleri.
- Kotler P ve Lee N (2007) Marketing in the public sector. New Jersey: Prentice Hall Publishing.
- Kuş Khalilov M C ve Gündebahar M (2012) XTM: An Alternative Delivery Channel in Turkish Banking Sector”, [Electronic Version], SciVerse ScienceDirect, 57
- Lancaster K (1971) Consumer demand: a new approach. 5. Baskı. New York: Columbia University Press.
- Lee K ve Ullah S (2011) Customers’attitude toward Islamic Banking in Pakistan. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 4(2), s. 131-145.
- Marimuthu M Chan W J Lim P G Low P M ve Tan Y P (2010) Islamic banking: selection criteria and implications, Global Journal of Human Social Science, 10(4:1), s. 52-62.
- Metawa Saad A ve Almossawi M (1998) Banking behaviour of islamic bank customers: Perspectives and implications. International Journal of Bank Marketing, 16(7), s. 299-313.



- Mollavelioğlu M Ő ve Kanberoğlu Z (2016) İslam İktisadına Yaklaşımda Yöntemsel Sorunlar, Umuttepe Yayınları, İstanbul.
- Odabaşı Y (2000) Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Odabaşı Y (2009) Kalıcı Başarı İçin Müşteri Hizmetleri, (1.Basım). İstanbul: Media Cat Kitapları.
- Oğuz D (2010) Hizmet Kalitesi ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemiyle Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı. Ankara.
- Oğuz A B (2016) Türkiye kamu, özel sermayeli mevduat ve katılım bankalarının 2005-2013 arasındaki bazı bilanço kalemlerinin karşılaştırılması, Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt:12, Sayı:29, ISSN:2147-9208.
- Oliver L R (1980) A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 17 (4), s. 460-469.
- Othman A ve Owen L (2012) Adopting and measuring customer service quality (sq) in islamic banks: A case study in Kuwait finance house, International Journal of Islamic Financial Services, 3(1), s. 1-26.
- Öner M H (2018) Katılım sigortacılığı yönetmeliği perspektifinde İslami sigortacılığın gelişimi, Journal of Emerging Economics and Policy, Volume:3, Issue:1.
- Özbay F (2014) Katılım Bankacılığı ve Türkiye'deki Uygulamaları, Yüksek Lisans Bitirme Projesi, Gediz Üniversitesi. İzmir.
- Özcan M ve Hazıroğlu T (2000) Bankacılıkta Yeni Bir Boyut: Katılım Bankacılığı. Bereket Dergisi(9).
- Özkan H (2012) Katılım Bankacılığının Klasik Bankalarla Karşılaştırılması Ve Muhasebe Uygulamaları (Yüksek Lisans Tezi). Niğe Üniversitesi, Niğe.

- Özkan H (2012) Katılım bankacılığının klasik bankalarla karşılaştırılması ve muhasebe uygulamaları, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Niğde.
- Özsoy İ (1997) Özel Finans Kurumları. İstanbul: Asya Finans Kültür Yayınları.
- Özsoy İ (2012) Vatikan İslami Finansı Öneriyor, İslami Finans Neyi Öneriyor?, 2. Bölgesel Sorunlar (7).
- Özsoy İ Görmez B ve Mekik S (2013) Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Ampirik Bir Tetkik. Yönetim ve Ekonomi, 20(1), s. 188-206.
- Öztürk N (2011) Para Banka Kredi. Bursa: Ekin Yayınevi, s. 118-119.
- Özulucan A ve Deran A (2009) Katılım bankacılığı ile geleneksel bankaların bankacılık hizmetleri ve muhasebe uygulamaları açısından karşılaştırılması, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:6, Sayı:11, ss:85-108.
- Özulucan A ve Deran A (2009) Katılım bankacılığı ile geleneksel bankaların bankacılık hizmetleri ve muhasebe uygulamaları açısından karşılaştırılması, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:6, Sayı:11.
- Parasuraman A Zeithaml V ve Berry L (1994) Reassessment of expactions as a comparison standard in measuring service quality: implication for future research. Journal of Marketing, s. 111-124.
- Parlakkaya R ve Çürük S A (2011) Finansal Rasyoların Katılım Bankaları ve Geleneksel Bankalar Arasında Bir Tasnif Aracı Olarak Kullanımı: Türkiye Örneği. Ege Akademik Bakış Dergisi, s.398.
- Pehlivan P (2016) Türkiye’de katılım bankacılığı ve bankacılık sektöründeki önemi, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Sayı:31, ISSN:2148-3043, ss:296-324.

- Pekcan M (2006) Katılım Bankacılığı Faaliyetleri ve Muhasebe Sistemi, 21. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Pekcan M (2006) Katılım Bankacılığı Faaliyetleri ve Muhasebe Sistem, 22. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Polatkan R B (1998) İslam Bankacılığı ve Türkiye’de Özel Finans kurumları. Çanakkale: Yüksek Lisans Tezi.
- Ramadan Z S (2013) Jordanian criteria for Islamic banks selection. Evidence from the Jordanian banking sector, International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, 3(3), s. 139–145.
- Sakarya B ve Kaya Y (2016). Katılım bankaları mevduat bankalarından farklı mı çalışıyor?, Ekonomik Yaklaşım, ss.1-21.
- Sırım V (2013) Türkiye’de faizsiz bankacılık sektörünün son 10 yılı ve beklentiler, HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, Cilt:2, Yıl:2, Sayı:3, ISSN:2147-3668.
- Szczepanowicz A (2011) Unconventional Banking In A Conventional Environment: Islamic Banking and Finance in the USA, Doktora Tezi.
- Şahin M (2010) Örgüt kültürü ile bilgi paylaşma tutumu arasındaki ilişki üzerine Türk katılım bankacılığı alanında bir araştırma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, Doktora Tezi.
- Serpam (2013) İslami Finans Kavramı, Ürünler, Dünyada ve Türkiye’de Gelişimi ve Geleceği, Serpam Araştırma Notları.
- Soyaslan M (2006) Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Türkiye’deki Oteller Üzerine Bir Araştırma. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Takan M ve Acar Boyacıoğlu M (2011) Bankacılık Teori Uygulama ve Yönetim. s.14. Ankara: Nobel Kitapevi.

- Tarhan G (2010) Bankacılık Hizmetlerinde Promosyon Uygulamaları ve Muhasebesi. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Bankacılık Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- T.C. Resmi Gazete. Bankacılık Kanunu. 19.10.2005. Sayı:25983, Başbakanlık Basımevi, Ankara.
- Timur N (2006) Banka ve Sigorta Pazarlaması, Anadolu Üniversitesi Yayını, No:1701, Eskişehir (Editör: Yavuz Odabaşı)
- TKBB. (2005) Türkiye Katılım Bankaları Birliği-“ Dünyada ve Türkiye’de Faizsiz Bankacılık”, 29-31, İstanbul.
- Toraman C Ata H A ve Buğan M F (2015) İslami Bankacılık Faaliyetlerine Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 14(4), s. 761-779.
- Tuhan A (2014) Katılım bankacılığı ve Türkiye uygulamaları, Bilecik Şeyh Ebedali Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Referans No: 10016249.
- Tunç H (2000) Bereket Dergisi (10), 13.
- Tunç H (2010) Katılım Bankacılığı Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması. Birinci Baskı. İstanbul: Nesil Yayınları, 10.
- Unutkan Ö (2015) Katılım bankalarından sağlanan kredilerin TMS ve TFRS kapsamında değerlendirilmesi: bir uygulama, Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı: 7, ss.58-75, ISSN: 2146-6017.
- Ustaoglu D (2014) Türkiye’de Katılım Bankacılığı Sektördeki Yeri ve Önemi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans tezi.
- Usulcan E (2013) Katılım Bankalarında Bireysel Pazarlama Faaliyetleri ve Tüketicilerin Katılım Bankaları Tarihinde Etkili Olan Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.

- Uyar S (2003) Bankacılık Krizleri, Ziraat Yayınları, Ankara.
- Wakhid S C ve Efrita S (2007) Adapting islamic banks' carter model: An empirical study in riau's syariah banks, Indonesia. Proceeding Pesat, 2, s. 120-127.
- Woodruff R B (1997) Customer value: next source for competitive advantage. Journal of the Academy of Marketing Science, 25 (2) s. 139
- Yahşi F (2000) Özel Finans Kurumlarının Mevzuat Serüveni. (9), 6. Bereket Dergisi.
- Yayar R ve Baykara H V (2012) TOPSİS yöntemi ile katılım bankalarının etkinliği ve verimliliği üzerine bir uygulama, Business and Economics Research Journal, Volume 3, Number 4, s. 21-42, ISSN: 1309-2448.
- Yazıcı R (2016) Finansal krizlerin önlenmesinde katılım bankacılığı sisteminin rolü üzerine bir değerlendirme, Sakarya İktisat Dergisi, Cilt:5, Sayı:1, s. 59-82.
- Yazıcıoğlu Y ve Erdoğan S (2004) SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz V ve Çatalbaş Karpaz G (2007) Kredi Kartlarına İlişkin Algının Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Üzerine Etkisi, Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Cilt: 44, Sayı: 513.
- Yılmaz O N (2010) Faizsiz Bankacılık İlkeleri ve Katılım Bankacılığı. Antalya: TKBB, s. 15.
- Zainuddin Y Jahya N ve Ramayah T (2004) Perception of islamic banking: does it differ among users and non-users, Jurnal Manajement and Bisnis, 6(3), s. 221-232.
- Zeithaml V A (1988) Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. Journal of Marketing, 52(3), s. 2-22.
- <https://www.katilimbanciligi.com/selem-nedir/>
- <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/287159>
- <http://www.bireyselyatirimci.com/katilim-banciligi-nedir/>

<http://katilimfinansdergisi.com.tr/katilim-bankalari-ve-murabaha/>

<http://www.tkbb.org.tr/haber-detay/en-cok-kullanilan-islami-finans-urunleri--borsa-gundem->

<https://www.ktportfoy.com.tr/yatirimci-kilavuzu/sukuk-kira-sertifikalari/kira-sertifikalari-sukuk-nedir.34.aspx>

<http://www.tkbb.org.tr/faizsiz-finans-sozlugu#1570>

<http://hikmet.net/geleneksel-bankacilik-anlayisi-nasildir/>



## EKLER

### Ek:1. Anket Örneği

#### KATILIM BANKALARINDA MÜŞTERİ ALGISI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: AKSARAY İLİNDE BİR UYGULAMA

#### Sayın Katılımcı,

Dolduracağınız bu ankette, *Katılım Bankalarında Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma: Aksaray İlinde Bir Uygulama* olarak incelemeye yöneliktir. Bu anket tamamen bilimsel çalışma amaçlıdır ve elde edilen bilgiler akademik olarak kullanılacaktır. Çalışmanın amacı, *müşterilerin katılım bankacılığı işlevlerine yönelik müşteri algısını* incelemeye yönelik bilgi toplamaktır. **Cevaplayan kişilerin bilgileri gizli tutulacaktır. Talep edilmesi durumunda anket sonuçları sizlerle de paylaşılacaktır. İlgi ve desteğiniz için şimdiden teşekkür ederiz.**

**Not: Anket formuna lütfen adınızı - soyadınızı yazmayınız.**

Dr. Öğr. Üyesi Ebrucan İSLAMOĞLU                      Yüksek lisans öğrencisi Harun SERT  
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

#### A. Aşağıdaki ifadeleri yanıtlayınız.

<b>A1-Cinsiyet</b>	
Kadın ( )	Erkek ( )
<b>A2-Yaş Grubu</b>	
20 yaş ve altı ( )	41 - 50 yaş arası ( )
21 - 30 yaş arası ( )	51 - 60 yaş arası ( )
31 - 40 yaş arası ( )	61 yaş ve üzeri ( )
<b>A3-Eğitim Düzeyi</b>	
İlk ve Orta Öğrenim ( )    Ön Lisans ( )    Lisans ( )    Lisansüstü ( )	
<b>A4-Medeni Hali</b>	

Evli ( )      Bekar ( )      Dul ( )
<b>A5-Gelir Getirici Bir İşte</b>
Çalışanlar ( )      Çalışmayanlar ( )      Emekliler ( )
<b>A6-Çalıştığı İş Yeri</b>
Emekliyim ( )      Kamu sektöründe ( )      Özel Sektörde ( )
Kendi İşimde ( )
<b>A7-Ailenin Aylık Ortalama Gelir Aralıkları</b>
1000TL ve altı ( )      1000 -2000 TL arası ( )      2000- 3000 TL arası ( )
3000- 4000 TL( )      4000 TL ve üstü ( )
<b>A8-Finansman Sorunlarınızın Çözümünde Aşağıdakilerden Hangisine Başvuruyorsunuz?</b>
Sadece katılım bankaları ( )      Sadece ticari bankalar ( )      Çoğunlukla katılım bankaları ( ) Çoğunlukla ticari bankalar ( )      Hiçbir bankayla çalışmıyorum, sadece öz kaynak kullanıyorum ( ) Diğer: _____
<b>A9-Bankacılık İşlemlerinizi Aşağıdakilerden Hangisi İle Yapıyorsunuz?</b>
Sadece katılım bankaları ( )      Çoğunlukla katılım bankaları ( ) Sadece ticari bankalar ( )      Çoğunlukla ticari bankalar ( )
<b>A10-Katılım Bankalarının Hangi Ürünlerini/Hizmetlerini Kullanıyorsunuz? (Birden Fazla Seçenek İşaretleyebilirsiniz)</b>
Cari hesap ( )      Katılım hesabı ( )      Ticari kredi ( )      Bireysel kredi ( ) Kredi kartı ( )      Fatura ödemeleri ( )      Dış ticaret işlemleri ( ) Menkul kıymet işlemleri ( )      Diğer: _____
<b>A11-Paranızı Değerlendireceğiniz Zaman Aşağıdakilerden Hangisini Tercih Edersiniz?</b>
<u>Faizli</u> Devlet Bankası ( ) <u>Faizsiz</u> Devlet Katılım Bankası ( ) <u>Faizli</u> Özel Banka ( ) <u>Faizsiz</u> Özel Katılım Bankası ( )
<b>A12- Anketin Yapıldığı Kişinin İşlem Yapmakta Olduğu Banka</b>
Faizli Özel Banka ( )      Özel Katılım Bankası ( ) Faizli Devlet Bankası ( )



<b>A13-Anketin Yapıldığı Kişi</b>
Banka Personelidir ( )
Müşteridir ( )

**B. Aşağıdaki ifadeleri yanıtlayınız.**

<b>1.soru</b>	İslami bir bankayla çalışmayı düşünür müsünüz?
1-Evet	
2-Hayır	
3-Kararsızım	
<b>2. soru</b>	İslami bankacılık ürün ve hizmetlerinin tanıtımı yeterince yapılıyor mu?
1-Kesinlikle Yapılıyor	
2-Yapılıyor	
3-Kararsızım	
4-Yapılmıyor	
5-Kesinlikle Yapılmıyor	
<b>3. soru</b>	İslami bankacılığı ne düzeyde ulaşabilir buluyorsunuz?
1-Ulaşılabilir değil	
2-Çok az ulaşılabilir	
3-Kararsızım	
4-Ulaşılabilir	
5-Yeterince ulaşılabilir	
<b>4. soru</b>	İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?
1-İslami bankacılıkla ilgili çok şey biliyorum.	
2-İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler biliyorum.	
3-İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler duydum ama çok azını anladım.	

4-İslami bankacılıkla ilgili birşeyler duydum ama ne olduğunu bilmiyorum.	
5-İslami bankacılığı hiç duymadım.	
<b>5. soru</b>	İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?
1-Kesinlikle düşünüyorum	
2-Düşünüyorum	
3-Kararsızım	
4-Düşünmüyorum	
5-Kesinlikle düşünmüyorum.	
<b>6. soru</b>	İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?
1-Kesinlikle inanıyorum	
2-İnanıyorum	
3-Kararsızım	
4-İnanmıyorum	
5-Kesinlikle inanmıyorum	
<b>7. soru</b>	İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?
1-Çok önemli	
2-Önemli	
3-Kararsızım	
4-Önemli değil	
5-Hiç önemli değil	
<b>8. soru</b>	Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?
1-Çok iyi yönetebilir.	

2-İyi yönetebilir.	
3-Kararsızım.	
4-Biraz yönetebilir.	
5-İyi yönetemez.	
<b>9. soru</b>	İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?
1-Kesinlikle tercih ederim.	
2-Tercih ederim.	
3-Kararsızım.	
4-Tercih etmem.	
5-Kesinlikle tercih etmem.	
<b>10. soru</b>	İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?
1-Çok sık (günde 5 defa)	
2-Sık (haftada 5 defa)	
3-Bazen (haftada 1 defa)	
4-Nadiren (ayda 1 defa)	
5-Hiç	
<b>11. soru</b>	İslami bankacılığa yatırım yaparken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissediyorsunuz?
1-Aşırı derecede zorunluluk hissediyorum.	
2-Zorunluluk hissediyorum.	
3-Kısmen zorunluluk hissediyorum.	
4-Çok az zorunluluk hissediyorum.	
5-Zorunluluk hissetmiyorum.	
<b>12. soru</b>	İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.

1-Kesinlikle Evet	
2-Evet	
3-Kararsızım	
4-Hayır	
5-Kesinlikle Hayır	
<b>13. soru</b>	İslami bankacılık geleneksel bankacılığın iyi bir alternatifidir.
1-Kesinlikle Evet	
2-Evet	
3-Kararsızım	
4-Hayır	
5-Kesinlikle Hayır	
<b>14. soru</b>	Genel olarak finansal sistemde faiz esaslı geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir.
1-Kesinlikle katılıyorum.	
2-Katılıyorum.	
3-Kararsızım.	
4-Katılmıyorum.	
5-Kesinlikle katılmıyorum.	
<b>15. soru</b>	İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.
1-Kesinlikle katılıyorum.	
2-Katılıyorum.	
3-Kararsızım.	
4-Katılmıyorum.	
5-Kesinlikle katılmıyorum.	
<b>16. soru</b>	İslami kurallara uygun oldukları için sıklıkla İslami bankacılığı kullanırım.

1-Kesinlikle Evet	
2-Evet	
3-Kararsızım	
4-Hayır	
5-Kesinlikle Hayır	
<b>17. soru</b>	İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.
1-Kesinlikle katılıyorum.	
2-Katılıyorum.	
3-Kararsızım.	
4-Katılmıyorum.	
5-Kesinlikle katılmıyorum.	
<b>18. soru</b>	Geleneksel bankacılıkla kıyaslandığında İslami bankacılık benzer yatırım fırsatları sunmaktadır.
1-Kesinlikle katılıyorum.	
2-Katılıyorum.	
3-Kararsızım.	
4-Katılmıyorum.	
5-Kesinlikle katılmıyorum.	

## ÖZ GEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

Adı-Soyadı: Harun SERT

Uyruğu: Türkiye Cumhuriyeti

Doğum Yeri ve Tarihi: Aksaray / 23.06.1987

Tel: 0544 248 98 36

E-posta: harunsert68@hotmail.com

Yazışma Adresi: Fatih Mah. 4125 Sok. No:1 Daire:15 Merkez Aksaray

### EĞİTİM

Derece	Kurum	Mezuniyet Tarihi
2,56	Kahramanmaraş Sütçi İmam Üniversitesi /İ.İ.B.F. İşletme	30.09.2008
3	Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Yönetim ve Organizasyon	30.08.2014

### İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görev
2008	HSBC BANK A.Ş.	Satış Stajyeri
2008	HSBC BANK A.Ş.	Kredi Risk Uzman Yardımcısı
2011	ALBARAKA TÜRK KATILIM BANKASI A.Ş.	Bireysel Portföy Yöneticisi

### YABANCI DİL

Başlangıç/Orta düzey İngilizce

### YAYINLAR

Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'n de yayınlanmak üzere "Müşteri Algısı Üzerine Bir İnceleme: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama" Konulu makale hazırlanmıştır. Yayınlanması beklenmektedir.