T.C.
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

KOBİ'LERİN KATILIM BANKACILIĞI TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: ÇANKIRI ÖRNEĞİ

Serdar MANİCİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Doç. Dr. Bilgehan TEKİN

Çankırı – 2021

T.C.
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

KOBİ'LERİN KATILIM BANKACILIĞI TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: ÇANKIRI ÖRNEĞİ

Serdar MANİCİ

ORCİD: 0000-0001-5952-9150

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Doç. Dr. Bilgehan TEKİN

Çankırı – 2021

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ …….. i
TEZ KABUL VE ONAY …… ii
ÖNSÖZ …….. iii
ÖZET …… iv
SUMMARY …….. v
KISALTMALAR…..... vi
TABLO LİSTESİ …..... vii
ŞEKİL LİSTESİ …..... ix

GİRİŞ ……. 1

BİRİNCİ BÖLÜM- BANKACILIK KAVRAMI GELİŞİMİ VE KATILIM BANKACILIĞI ……. ……..……. 3
1. Bankacılık Kavramı ve Gelişimi…… 3
1.1. Bankacılık Tarihi ve Tarihsel Gelişimi…..... 4
1.1.2. Bankacılığın Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi…… 6
1.1.3. Bankacılık Türleri…… 8
1.1.4. Bankaların Ekonomideki Fonksiyonları……... 10
1.2. Katılım Bankacılığının Doğuşu ve Doğuş Sebepleri…… 11
1.2.1. Katılım Bankacılığı Tanımı…..... 14
1.3. Dünyada Katılım Bankacılığı…..... 16
1.4. Türkiye'de Katılım Bankacılığının Tarihsel Gelişimi…..…… 17
1.5. Katılım Banklarının Ülke Bazında Büyüklükleri…… 22
1.6. Türkiye'de Katılım Bankacılığının Yaşadığı Problemler…… 24

İKİNCİ BÖLÜM- TÜRKİYE'DE BANKACILIK SİSTEMİ VE KATILIM BANKACILIĞI…… 26
2.1. Türk Bankacılık Sisteminin Tarihi ve Gelişimi…… 26
2.2. Türkiye'de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları……..…… 30
2.2.1. Kuveyt Türk Katılım Bankası…… 30
2.2.2. Türkiye Finans Katılım Bankası…… 31
2.2.3. Albaraka Türk Katılım Bankası……..…… 31
2.2.4. Vakıf Katılım Bankası…… 32
2.2.5. Ziraat Katılım Bankası…… 32
2.2.6. Emlak Katılım Bankası…… 32
2.3. Katılım Bankalarında Fon Toplama Yöntemleri…..... 33
2.3.1. Cari Hesaplar…..... 33
2.3.2. Katılım Hesapları…..... 34
2.3.3. Sukuk …..... 35
2.3.4. İslami Sigortacılık (Tekafül)…..... 36
2.4. Katılım Banklarının Fon Kullandırma Yöntemleri…..... 38

2.4.1.Nakdi Krediler…. 38
2.4.1.1. Murabaha…. 38
2.4.1.2. İcara (Finansal Kiralama) …. 40
2.4.1.3. Selem…. 40
2.4.1.4. İstisna…. 41
2.4.1.5. Mudaraba…. 41
2.4.1.6. Müşaraka…. 42
2.4.1.7. Karz-ı Hasen…. 42
2.4.2.Gayri Nakdi Krediler…. 42
2.4.2.1. Akreditif…. 43
2.4.2.2. Teminat Mektupları…. 43
2.4.2.3. Referans Mektubu…. 43
2.4.2.4. Aval ve Kabul Mektupları…. 43
2.5. Katılım Bankalarının Diğer Bankacılık Faaliyetleri…. 43
2.6. Katılım Bankacılığının Türkiye Ekonomisine Katkıları…… 44
2.7. Katılım Bankalarının Güçlü Yönleri…… 46
2.8. Katılım Bankalarının Zayıf Yönleri…… 47
2.9. Katılım Bankalarının Problemleri…… 47

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM- YÖNTEM VE UYGULAMA …… 49
3.1. Literatür Taraması…… 50
3.2. Veri Analizi ve Bulgular……... 56
3.2.1. İslami Bankacılık Algısı Ölçeğine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler…… 56
3.2.2. Frekans Analizleri…… 59
3.2.3 Araştırma Hipotezlerinin Oluşturulması…… 67
3.2.4. Açıklayıcı Faktör Analizi …… 68
3.2.5. Araştırma Modeli…… 79
3.2.6. Katılım Bankacılığı Hakkında Sahip Olunan Bilgi Faktörüne İlişkin Analizler……..... 75
3.2.7. Cinsiyetlere Göre Bağımsız Gruplar t-Testi…… 78
3.2.8. Din Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi…… 79
3.2.9. Katılım Bankacılığı Bilgi ve Algısı Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi…… 81
3.2.10. Katılım Bankacılığı Fayda-Maliyet Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi…… 82
3.2.11. Katılım Bankacılığı Ürün Çeşitliliği Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi…… 83
3.2.12. Katılım Bankacılığı Hizmet Kalitesi ve Hız Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi…… 84
3.2.13. Katılım Bankacılığı Finansman Şekli Bilgisi Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi…… 85
3.2.14. Katılım Bankacılığı Dil Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi

ANOVA Analizi…… 87
SONUÇ…….. 89
KAYNAKÇA…..... 93
EKLER……. 100
ÖZGEÇMİŞ…..... 105

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım KOBİ'lerin Katılım Bankacılığı Tercihini Etkileyen Faktörler: Çankırı Örneği adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

… / … / 2021

Serdar MANİCİ

ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Serdar MANİCİ tarafından hazırlanan KOBİ'lerin Katılım Bankacılığı Tercihini Etkileyen Faktörler: Çankırı Örneği başlıklı bu çalışma, *25.02.2021* tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonucunda *[oybirliği/oy çokluğu]* başarılı bulunarak jürimiz tarafından *İşletme* Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ (Unvanı, Adı ve Soyadı)

Danışman	: Doç.Dr.Bilgehan TEKİN	İmza: ……..
Üye	: Doç.Dr.Fatma TEMELLİ	İmza: ……..
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Melek YILDIZ	İmza: ……..

ONAY

Bu Tez, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun ...../..../ 201.. tarih ve ..... sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Erol KARCI
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

KOBİ'lerin Katılım Bankacılığı Tercihini Etkileyen Faktörler: Çankırı Örneği konusu, günümüz Katılım Bankalarının rekabetçi konumlarını sürdürmelerinde giderek önem kazanan "müşteri odaklı" yaklaşımlar bağlamında üzerinde durulmaya değere bulunmuştur.

Bu çalışmanın hazırlanmasında yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Dr.Bilgehan TEKİN'e; eğitime ve bilime göstermiş olduğu ilgiden ötürü şube müdürüm Necati ÖZCAN'a; tezin yazım aşamasında ve tashihinde katkılarını esirgemeyen ve eğitim hayatım boyunca yetişmemde katkısı olan tüm hocalarıma teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Çalışmamı tamamlamam konusunda moral ve motivasyonumu üst düzeyde tutmama yardımcı olan aileme şükranlarımı sunarım.

…./…./ 2021

Serdar MANİCİ

ÖZET

Tezin Başlığı : KOBİ'lerin Katılım Bankacılığı Tercihini Etkileyen Faktörler: Çankırı Örneği
Tezin Yazarı : Serdar MANİCİ
Danışman : Doç. Dr. Bilgehan TEKİN
Anabilim Dalı : İşletme
Tezin Türü : Yüksek Lisans
Kabul Tarihi : 25.02.2021

KOBİ'lerin çalışmayı tercih ettikleri bankaları nasıl seçtikleri bilim insanları ve bankaların üst yönetimleri tarafından daima merak edilmiştir. Literatürde yapılan araştırmalara bakıldığında; bankaların daha çok müşteriye ulaşmasında ve mevcut olan müşterileri tutundurma çabalarında etkili faktörlerin neler olduğunun zaman zaman incelendiği görülmüştür. 1980'li yıllarda Türk Bankacılık ve Finans sektörüne giren Katılım Bankacılığı da bu noktada önemli bir konu başlığı olmuştur. Katılım bankacılığı bireyler ve KOBİ'ler için faizli bankalara alternatif kurumlardır. Katılım bankaları ile çalışmayı tercih eden işletmeler; faizli bankalar ile çalışmayan, fakat mevcut olan birikimlerini değerlendirmek ve aynı zamanda finansmana ihtiyaç duyan kuruluşlardır. Bu çalışmada 517 KOBİ dikkate alınmış ve anket yöntemi ile ihtiyaç duyulan veriler toplanmıştır. Toplanan 517 anketten 467 tanesinin analize uygun olduğu tespit edildikten sonra KOBİ'lerin katılım bankacılığı tercihini etkileyen faktörler ve katılım bankacılığı terim ve hizmetleri konusundaki bilgi, farkındalık ve algı düzeyleri araştırılmıştır. Çalışmanın uygulama bölümünde faktör analizi, bağımsız gruplar t testi ve tek yönlü ANOVA testlerinden faydalanılmıştır. Çalışma sonucunda KOBİ'lerin katılım bankacılığı tercihleri üzerinde din faktörünün ve katılım bankalarının ulaşılabilir olmasının önemli birer etken oldukları tespit edilmiştir. Aynı zamanda katılım bankalarının ürün ve hizmetlerini müşterilerine daha yalın bir dille anlatmasının gerekliliği gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Katılım Bankacılığı, Bilgi, Algı, Farkındalık*

ABSTRACT

Title of the Thesis: The Factors that Affecting the Participation Bank Preferences of SMEs: The Case of Çankırı
Author: Serdar MANİCİ
Supervisor: Associate Professor Dr. Bilgehan TEKİN
Department: Business
Thesis Type: Master's Thesis
Date : 25.02.2021

Scientists and top management of banks have always wondered how SMEs choose the banks they prefer to work with. When looking at the studies in the literature, the effective factors in banks' reaching more customers and their efforts to keep existing customers are examined from time to time. Participation Banking, which entered the Turkish Banking and Finance sector in the 1980s, is also an important topic. Participation banking is an alternative to interest banks for individuals and SMEs. Businesses prefer to work with participation banks; they are institutions that do not work with interest banks, but need to use their existing savings and need financing. In this study, 517 SMEs were considered, and the required data were collected through the survey method. After determining that 467 of the collected 517 questionnaires are suitable for analysis, factors affecting SMEs' participation banking preferences and their knowledge, awareness, and perception levels about participation banking terms and services were investigated. In the study's application, independent samples t-test and one-way ANOVA tests were used using the SPSS program. As a result of the study, it has been determined that the religion factor and the accessibility of participation banks are essential factors in SMEs' participation banking preferences. Simultaneously, it was observed that participation banks should explain their products and services to their customers in a more explicit language.

Keywords: *Participation Banking, Knowledge, Perception, Awareness*

KISALTMALAR

A.Ş.	Anonim Şirket
BDDK	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
Ltd. Şti.	Limited Şirket
Tic.	Ticaret
TBB	Türkiye Bankalar Birliği
TKBB	Türkiye Katılım Bankaları Birliği
TMSF	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

TABLO LİSTESİ

Tablo No		Sayfa
Tablo 1.1:	Katılım Bankalarının Yıllara Yaygın Şube Sayısı ve Personel Sayıları (2004-2019) ……	19
Tablo 1.2:	Katılım Bankalarının Başlıca Finansal Göstergeleri (Bin TL, %) Mart 2020) ……	20
Tablo 1.3:	Türkiye'de Faaliyet Gösteren Katılım Bankalarına Ait Sermaye Yeterliliği Oranları……	22
Tablo 1.4:	Ülkelere Göre İslami Banka Sayıları ve Toplam Varlıkları…	24
Tablo 2.1:	31.12.2019 İtibarıyla Aktif Büyüklüklerine Göre Mevduat ve Yatırım Bankaları Sıralaması…….	27
Tablo 2.2:	Katılım Bankaları ve Bankacılık Sektörü Başlıca Finansal Büyüklükleri (Mio TL- Mart 2020) ……..	29
Tablo 2.3:	Türkiye'de faaliyet gösteren Katılım Bankalarının 2017 ve 2018 Yıllarına ait İnternet Bankacılığı kullanan Müşteri ve işlem Hacmi tutarları……	30
Tablo 2.4:	Yıllar itibariyle Katılım Bankalarının Sukuk İhraç Hacimleri ve Bankalara Ait Gerçekleşmeler……	36
Tablo 2.5:	Türkiye'de İslami Sigortacılık (Tekafül) Yapan Şirketler……	37
Tablo 2.6:	Türkiye'de İslami Sigortacılık (Tekafül) yapan Hayat ve Emeklilik Şirketleri……	38
Tablo 3.1:	İslami Bankacılık Algısı Ölçeğine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler……	57
Tablo 3.2:	Frekans Analizi Sonuçları……	59
Tablo 3.3:	Ölçek Sorularına Ait Analiz Tablosu……	62
Tablo 3.4:	Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği ve Bartlett Küresellik Test Sonuçları……	68
Tablo 3.5:	Toplam Varyans Tablosu……	69
Tablo 3.6:	Faktörler Maddelerin Faktörlere Yaptığı Katkı……	69
Tablo 3.7:	Güvenilirlik Analizi……	74
Tablo 3.8:	Faktörler ve Faktörlerin Güvenilirlik Katsayıları……	75
Tablo 3.9:	Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları……	76
Tablo 3.10:	Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları……...	76
Tablo 3.11:	Korelasyon Analizi Sonuçları …….	77
Tablo 3.12:	Grup İstatistikleri…….	77
Tablo 3.13:	Cinsiyete Göre Bağımsız Gruplar t Testi……	77
Tablo 3.14:	Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler…….	79
Tablo 3.15:	Tukey testi……..	79
Tablo 3.16:	Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler……..	81
Tablo 3.17:	Tukey testi……..	81
Tablo 3.18:	Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler……	82
Tablo 3.19:	Tukey testi……..	82
Tablo 3.20:	Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler……	83

Tablo 3.21: Tukey testi…….. 84
Tablo 3.22: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler…… 84
Tablo 3.23: Tukey testi……... 85
Tablo 3.24: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler…… 86
Tablo 3.25: Tukey testi…….. 86
Tablo 3.26: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler…… 87
Tablo 3.27: Tukey testi…….. 97

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil No **Sayfa**
Şekil 1. Araştırma Modeli…… 74

GİRİŞ

İslami bankacılık veya Katılım bankacılığı, dünya finans sektörü içerisinde son yıllarda dikkat çeken bir başarı kazanmıştır. Katılım bankalarının, sayısının hızla artması, ulusal anlamda yapılan birçok projeye finansman desteği sağlamaları, "Faizsiz bankacılık" ismiyle tanıtılmaları kamuoyunun ve bilim dünyasının ilgisini çekmektedir.

Bir ülkede finans sektörünün toplumun tüm bireylerine ulaşması son derece önemlidir. Faizli bankacılık sistemi, Müslüman toplumlarda çok fazla kabul görmediği için sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu sorunların en önemlisi de bankacılık işlemlerini faizli bankalardan yapmak istemeyen bireylerin sisteme dahil olmaktan kaçınmalarıdır. Katılım Bankacılığı, İslam dinine inanmış insanların birikimlerini finansal sisteme dahil etmek ve bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulmuş bir sistemdir. Katılım bankacılığı, diğer adıyla faizsiz veya İslami bankacılık, mevcut birikimlerini değerlendirme ve bunun yanında finansmana ihtiyaç duyan bireyler için alternatif bir bankacılık sistemdir.

Finansal kurumların, tasarruf sahiplerinden topladıkları fonların ve birikimlerin daha hızlı ve daha fazla miktarda ihtiyaç sahibi ile buluşturabilmesinin gereklerinden birisi de piyasada işlem gören finansal araçların çeşitliliğidir. Bir ekonomide işlem gören finansal araçların çeşitliliği ve ihtiyaçlara hitap eden yeterli finansal araçların varlığı o ülkedeki finansal gelişmişliğin bir ölçüsüdür (Afşar, 2006). Katılım bankaları, söz konusu araç çeşitliliğine önemli derecede katkı sağlayan finans kuruluşlarıdır.

Katılım bankacılığının olmadığı bir sistemin en büyük problemlerinden birisi, faizli banka ile çalışmak istemeyen bireylerin birikimlerinin atıl kalması ve ülke ekonomisine etkili bir şekilde katkı sağlayamamasıdır. Söz konusu ihtiyaçlara en çarpıcı örnek 1970'li yıllarda yaşanmıştır; 1970'li yıllarda OPEC ülkelerinin petrol gelirleri artmıştır. Bu durum, ülkelerin refah seviyesindeki yükselişe ek olarak birikimlerin nasıl değerlendirileceği sorununu; diğer yandan ise petrol karşılığı ödenen paraların ülkelerine döndürülmesi konusunu gündeme getirmiştir (Akın, 1986).

Temel yapı itibariyle İslami bankacılık, nakdi işlemlerle mal ve hizmet hareketlerinin birbirine bağlı olduğu, parasal tüm hareketlerin bir mal veya hizmete karşılık geldiği, gelirin de kâr ve zarar ortaklığı esasına göre bölüşüldüğü bir sistem olarak tanımlanabilir. Faizli sistemde yer alan uluslararası birçok finans kuruluşunun İslam coğrafyasında pazar payı edinebilmek amacıyla yan kuruluş şeklinde katılım bankası faaliyetlerine başlaması İslami esaslara dayanan bu sisteme duyulan ilgiyi ve ihtiyacı göstermektedir.

1980'li yıllarda Türk bankacılık ve finans sektörüne dahil olan katılım bankacılığı, bireyler ve KOBİ'ler için faizli bankalara alternatif bir kurum haline gelmiştir. Devletin, finansal kurum sahiplerinin ve yöneticilerinin olduğu kadar bilim dünyasının da oldukça ilgisini ve dikkatini çekmiş ve bu alanla ilgili olarak ciddi araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda, daha çok bireylerin finansal kurumlar arasından yaptıkları tercihler üzerine odaklanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise KOBİ'lerin katılım bankalarını tercih nedenleri, KOBİ'lerin katılım bankacılığı tercihini etkileyen faktörler, katılım bankacılığı ile ilgili terim ve hizmetler konusundaki bilgi, algı ve farkındalıkları tespit edilmeye çalışmıştır. Çalışmada, Çankırı ilinde katılım bankaları ile çalışan KOBİ'ler ana kütle olarak alınmış ve 517 katılım bankası müşterisi üzerinde anket tekniği uygulanarak veri toplanmıştır. Toplanan 517 örneklemin 467 tanesi analize uygun bulunmuştur. Çalışmanın analiz kısmında frekans analizi, tanımlayıcı istatistikler, faktör analizi, korelasyon analizi, bağımsız gruplar t testi ve ANOVA analizinden yararlanılmıştır. Çalışmada gerçekleştirilen analizler sonucunda KOBİ'lerde katılım bankacılığı tercihinde İslam inancının, katılım bankacılığı hakkında sahip olunan bilgi ve algının, katılım bankacılığının sağladığı kazanç düzeyinin, katılım bankalarının sundukları ürün çeşitliliğinin, katılım bankacılığı hizmet kalitesinin, katılım bankacılığının sunduğu finansman şeklinin ve sunulan hizmet ve ürünlerin sunumunda kullanılan dilin etkili olduğu görülmüştür.

BİRİNCİ BÖLÜM- BANKACILIK KAVRAMI GELİŞİMİ VE KATILIM BANKACILIĞI

1. Bankacılık Kavramı ve Gelişimi

Para, insanlığın yaratılışından uzun bir zaman dilimi geçtikten sonra icat edilmiş ve zamanla geliştirilmiş, hakkında birçok hukuki, dini ve bilimsel açıdan araştırma yapılmış bir konudur (Durmuş, 2008).

Paranın icadından sonra altın ve gümüş gibi kıymetli madenlerin güvenliği ve para birimleri arasındaki uyuşmazlıklar neticesinde bankalara ihtiyaç duyulmuştur (Bilir, 2010).

Bankalar karlılık, risk ve büyüklüklerini en yüksek düzeyde tutmak amacıyla belirli bir likiditeyi müşterilerine fon olarak arz eden ve bu arz neticesinde elde ettiği kârı, kendisine mevduat olarak yatıran müşteriler ile paylaşan kurumlardır. Başka bir ifade ile bankalar kısa vadeli borçlanıp, uzun vadeli borç veren kurumlardır (Batır, 2016).

Bankalar kâr amacı ile ticari kuruluşlar olup iktisadi sistemde bulunmaları sebebiyle yaptıkları faaliyetler ile bazı görevler yüklenirler. Bu görevler şöyle sıralanabilir; bireylere veya işletmelere nakit kaynak sağlama, para politikasında etkin rol alma, çeşitli finansal aracılıklar, ödeme sistemlerinin etkinliğinin artırılması, ithalat ve ihracata aracılık etmesi şeklinde sıralanabilir (Yağcılar, 2011).

Bankacılık sektörü faaliyetleri gereği insanların, kuruluşların ve hatta devletlerin politikalarının merkezinde yer almıştır. Öyle ki; yaşanan krizlerden tecrübe edinen devletler finans sisteminin verimliliğini sürdürülebilir hale getirmek için kanunlar çıkarmıştır. Zira ülkelerin büyümesi ekonominin ve toplumun temel yapı taşı olan ailelerin refah seviyesinin artmasıyla ilişkilidir. Ekonominin ve toplumun temel yapı taşı olan aile ekonomisinin ve refah seviyesinin yükselmesi ülkelerin de devam ettirilebilir şekilde büyümelerine imkân sağlar. Devletler ayrıca bankaların piyasada etkin rol alması, risklerin en aza indirilmesi için de çeşitli kanunsal düzenlemeler yapmaktadır. Devletler kendi düzenlemeleri ve uygulamaları haricinde Tüm ülkelerin uyması gereken uluslararası düzenlemeler de bulunmaktadır (Çalık ve Aygün, 2017).

1.1. Bankacılık Tarihi ve Tarihsel Gelişimi

Tarihle ilgilenen bilim insanlarına göre bankaların ortaya çıkışı günümüzden 6 bin sene öncesine dayanmaktadır. İlk banka olarak kabul edilen işleyişin Sümerliler döneminde Oruk adıyla anılan bölgede M.Ö. 3500'lü yıllarda faaliyet gösterdiği bilinmektedir. Söz konusu dönemde Hmmurabi tarafından koyulan kurallar ile banka faaliyeti gösteren kuruluşların hangi şekillere göre işlemlerini yürüteceği belirtilmiştir. Ayrıca ilk borç verme işlemlerinin de rahiplerin gerçekleştirdiği bilinmektedir; çünkü söz konusu yıllarda din insanları halkın maddi ve manevi tüm problemleri ile ilgilenmekteydi (Ustaoğlu, 2014).

Bilim insanlarının yaptığı çalışmalarda bankacılık faaliyetine benzer işlemlere M.Ö. V. ve VI. yüzyıllarda Mezopotamya coğrafyasında rastlanmış ve bu faaliyetlerin modern banka faaliyetleri gibi gayrimenkul ipoteği veya kefil teminatı alınarak yapılmaya başlandığı tespit edilmiştir. İnsanlar söz konusu zaman diliminde güvenilir gördükleri tapınaklara birikimlerini bırakmış ve finansal sistemin bir anlamda temel sermayesini oluşturmuştur. Emanet ürün üzerine kurulan bu sistem din insanlarının mal fazlası olanların mallarının belirli bir bedel karşılığında mal eksiği olanların kullanımına geçici olarak sunmasına vesile olmuştur. Güven ve ticaretin aynı çatı altında bulunduğu bu sistem günümüzde faaliyet gösteren modern bankacılık sisteminin temel yapı taşını oluşturmuştur (Erdoğan, 2011).

Bankacılık faaliyetlerine ilk olarak Sümerliler ve Babiller zamanında rastlanmaktadır. Bankacılık anlamında ilk faaliyetler; çeşitli hammadde ve ekipman alımına yönelik harman zamanı ödenmek üzere çiftçilere açılan kredilerdir. Hammurabi Kanunlarında, söz konusu kuruluşların ödünç alma ve verme işlemlerini nasıl yürüteceği, geri ödeme vadelerinin ne sürede olacağı, nasıl tahsil edileceği ayrıntılı biçimde anlatılmıştır (Parasız, 2000:74).

Günlük yaşamda fiziki olarak paranın kullanılması ile ticaret de gelişmeye başlamıştır. Paraya ilişkin kuruluşların, kanunların ortaya çıkması da gelişen ticaret ile hızlanmıştır. 12.yy. İtalya'sında "Bancherius" isimli sarraflar tarafından, madenin paraların ağırlıklarının ve ayarlarının kontrol edilmesi, fiziki parayı muhafaza etmek gibi bankacılık hizmetleri vermeye başlamışlardır. Söz konusu kişiler zamanla kredi

işlemlerini de yürütmeye başlamışlardır. Bu kişiler mevduat toplama, fonların transferi ve kredi verilmesi gibi faaliyetlere başladıkça sabit bir yerde hizmet vermesi zorunlu hâle gelmiştir. Bu zorunluluk da günümüzdeki banka şubelerinin temelinin atılmasına katkı sunmuştur (Geylan, 1985:67).

Yunan toplumunda da banka tarzı faaliyetlerin yapıldığı ve Yunan medeniyetine ait dini müesseslerde insanların bıraktığı emanetlerin güçlü sermaye oluşturduğu bilinmektedir. Roma medeniyetinin doğması ve bankerlik sistemini ticaretin merkezine oturtan yapısı bankacılık sisteminin gelişmesini sağlamıştır; fakat Roma imparatorluğunun yıkılması gelişmekte olan bankacılık sisteminin de gelişmesinin durmasına sebep olmuştur. İstanbul'un fethini takiben ortaya çıkan Rönesans akımı ve deniz ticaretinin dünya ticaretinde etkin rol alması batı medeniyetlerinde kilisenin güç kaybetmesine neden olmuştur. Bu güç kaybının yerini Roma medeniyetinin ticaret kuralları doldurmuştur. Bu denge değişimi neticesinde faiz yasal olarak kullanılmaya başlanmıştır. Ticari hakimiyetini kaybeden kilisenin gücünü kaybetmesi ile başlayan gelişmeler bankacılık sistemine büyük katkı sağlamıştır (Ustaoğlu, 2014).

İtalya bölgesinde bulunan sarrafların meydana gelen bir ekonomik kriz neticesinde iflas etmesiyle, 1581'de Banco Della Piazza de Rialto isimli banka devlet tarafından kurulmuştur. Söz konusu banka bu işlem sonucunda "Resmi ilk banka" ünvanını sahip olmuştur (Çankaya ve Öz, 2001:83).

Amerika kıtasının keşfedilmesinden sonra bu kıtadan getirilen kıymetli madenlerin değişik değerler üzerinden paha biçilmesi ticari problemlere sebep olmuştur. Bu problemler neticesinde 1609 yılında "Amsterdam Bankası" kurulmuş ve bu bankaya sadece nakit toplama yetkisi verilmiş, kredi verme yetkisi verilmemiştir (Ulutan, 1969).

Amsterdam Bankası, "Florin Banco" adı verilen değeri sabit olan bir para şeklinde hesaplarını kontrol etmeye başlamıştır. Bankacılık açısından son derece önemli olan bu adım neticesinde Avrupa'da önemli bir banka hâline gelmiştir. Söz konusu kuruluş ilerleyen zamanlarda kurulan birçok bankaya da örnek olmuştur. 1619'da kurulan

“Hamburg Bankası” da bu bankalardan birisidir ve yerel belediye garantisi vererek kamuoyunun güvenini kazanmıştır (Çankaya ve Öz, 2001).

Bankacılık tarihi açısından önemli olan bir başka kurum da İngiltere Bankası (Bank of England) olmuştur. 1694’te kurulan ve devlete ait hazine bankası olan söz konusu kurum ilk emisyon bankası olma özelliğini taşımaktadır. İngiltere Bankası; kredi, para ve emisyon konularında aldığı iktisadi görevi başarı ile ifa etmiş ve diğer ülkeler için de örnek olmuştur. 19. yy’ da diğer Avrupa ülkelerinde de anonim şirket statüsüne haiz, birçok şubeye sahip bankalar, kanunlar ile kontrol altında tutularak ticari faaliyetlerini yürütmüşlerdir. İlerleyen süreçte bankalar, bankacılık faaliyetlerine ek olarak mali piyasaların düzenlenmesine de yardımcı olmuş ve gelişerek büyük holdingler oluşturmuş ve uluslararası piyasalarda faaliyet göstermeye başlamıştır (Al, 1998).

Geçtiğimiz 30 yıl içerisinde internetin icat edilmesi ve elektronik ticaretin başlaması ile bankalar bireylerin ve işletmelerin ihtiyaçlarına uygun hizmetler geliştirmişlerdir. Özellikle küresel ticaretin gelişmesi ile bankalar rekabet şartlarının yoğun olduğu bir ekonomik model içerisinde kalmıştır. Bununla birlikte müşterilerine daha kaliteli hizmet sunma yarışı içerisine girmişlerdir. İnternetin, bilgisayarların ve akıllı cep telefonlarının yaygınlaşmasından sonra alternatif dağıtım kanallarına da talep artmıştır. Alternatif dağıtım kanallarının çok fazla talep görmesinin bir başka nedeni de şubelerin iş yoğunluğu sebebi ile müşterilerin ihtiyaçlarına hemen cevap verememeleri olmuştur. Bununla beraber ATM cihazları ve internet bankacılığı yaygınlaşmıştır (Korkmaz ve Gövdeli, 2004).

1.1.2. Bankacılığın Türkiye’deki Tarihsel Gelişimi

1830’lu yıllarda İngiltere ile Ortadoğu ülkeleri arasında ticaretin gelişmesi ve bölgede yatırım yapılacak olması uzun vadede finansman ihtiyacı doğmasına sebep olmuştur. Bu sebep bir bankanın gerekliliğini ortaya koymuştur. 1847 yılında ilk bankanın kurulması neticesinde Türk parası uluslararası ekonomilerde istikrarlı olarak değerlenmeye başlamıştır. Islahat fermanı ile 1856 yılında bir banka kurulması önerisinde bulunulmuştur. Bu öneri neticesinde Londra merkezli, İngiliz sermayeli Bank-ı Osmani-i 1856 yılında kurulmuştur. 1863 yılında ise Fransız sermayeli ve kâğıt

para basma yetkisine sahip olan Osmanlının ilk emisyon bankası olan Bank-i Osmani-i Şahane kurulmuştur (Karacaoğlan, 2011).

1847 yılından 1923 yılına kadar olan süreçte Türkiye Cumhuriyeti'nde yabancı sermayeli bankaların ağırlıklı olduğu gözlemlenmiştir. Türkiye'de bankacılık yedi ana dönem üzerinden incelenebilir. Bu dönemler; Osmanlı dönemi (1847–1923), Ulusal Bankalar dönemi (1923- 1932), Kamu Bankaları dönemi (1933-1944), Özel Bankalar dönemi (1945-1960), Planlı dönem (1960-1980), serbestleşme ve dışa açılma dönemi (1981-2001) ve yeniden yapılandırma dönemi (2002-2007) olarak tarif edilebilir (Karacaoğlan, 2011).

Cumhuriyetin ilanından sonra gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi'nde bankacılık sistemi için farklı düşünceler savunulmuş ve tavsiye niteliğinde kararlar alınmıştır. Söz konusu dönemde 22 adet yerli, 13 adet yabancı sermayeli olmak üzere toplamda 35 banka bulunmaktaydı. Söz konusu bankaların ülke genelinde 139 şubesi bulunmaktaydı (Özbay, 2014).

İkinci dünya savaşından sonraki yıllarda gelişen ticaret ile bankaya olan ihtiyaç artmıştır. Özel sektör bankacılığı da gelişmeye başlamış ve 1944 yılında Yapı ve Kredi Bankası ticari faaliyetine başlamıştır. 1950'li yıllarda devlet teşvikleri ile özel bankalar açılmaya başlanmış fakat; dış ticaretin düşük hacimlerde olması ve ekonomik serbestliğin sağlanamamasından dolayı gelişememiştir. Aynı yıllarda bankaların alabileceği komisyon miktarlarının devlet tarafından kontrol edilmesi, yabancı para birimleri üzerinden ticaret yapma yetkisinin sadece TCMB tarafından yapılması da sektörün gelişmemesine sebep olmuştur. 1958 yılına gelindiğinde haksız rekabetin önüne geçilmesi, bankalar arası dayanışmanın gelişmesi ve bankacılık sektörünün gelişmesi için Türkiye Bankalar Birliği (TBB) kurulmuştur. 1960'lı yıllar Planlı dönem olarak adlandırılmıştır. Bu dönemde bankaların tahsil edeceği komisyon oranları, faiz oranları, kredi tahsis limitleri devlet tarafından yönetilmiş ve birçok bankanın batmasına sebep olmuştur. 1970'li yıllarda ticari hayattaki durgunluk, yeni bir üretim planı yapılmasını gerekli hâle getirmiştir. Yaşanan bu tecrübeler neticesinde 1980'li yıllar için dışa ticaretin önemli olduğu kalkınma planı geliştirilmiştir. Bu süreçte, yabancı sermayeli kuruluşların Türkiye'de bankacılık lisansı alarak faaliyete

başlaması bankacılık sektörünü geliştiren diğer bir faktördür. Söz konusu bankaların kurulmasıyla oluşan rekabet ortamı Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların gelişmesine de katkı sağlamıştır. 1990'lı yıllarda teknolojinin gelişmesi ile bankalar, alternatif dağıtım kanalları olarak adlandırılan internet bankacılığını ve ATM cihazlarını kullanmaya başlamışlardır (Karakoç, 2011).

1999 yılında yürürlüğe giren 4389 sayılı Bankalar Kanunu ile uluslararası düzenlemelere ek olarak sektörün denetlenmesi, düzenlenmesi mali ve idari olarak bağımsızlığa sahip olan BDDK'ya devredilmiştir. Gerekli yapısal çalışmaların yapılması ile BDDK 01.09.2000 tarihinde faaliyetine başlamıştır (Kaya, 2010).

2000'li yıllarda yaşanan krizler neticesinde, Bankacılık Kanunu'nda çeşitli düzenlemelerin yapılması gerekli hâle gelmiş ve Avrupa Birliği düzenlemeleri uygulanmaya başlanmıştır. Bu işlemler neticesinde düzenleme ve denetleme prensiplerinde uluslararası kurallar uygulanmaya başlanmıştır. Bu uygulamalar ile sermaye yeterliliği oranını yerine getiremeyen bankalar TMSF'ye devredilmiştir (Özdemir, 2002:59).

Gelişen dünya ekonomisinde ülkeler için küresel ticaretin dışında kalmamak ve sürekli büyüyen dünya ticaretinden daha büyük pay elde edebilmek birincil ekonomik hedef haline gelmiştir (Doğan, Marangoz ve Topoyan, 2003).

Kullanılmayan kaynaklar ile kaynağa ihtiyaç duyan kesimi buluşturan bankacılık sistemi ticaretin sağlam temeller üzerinde inşa edilmesine ve ekonomilerin gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır (Akkuş, 2017).

1.1.3. Bankacılık Türleri

Bankalar, kapsam ve faaliyet bakımından iki farklı kategoride sınıflandırılabilir. Kapsam olarak incelendiğinde; evrensel bankacılık, holding bankacılığı, kıyı bankacılığı, perakende bankacılık, uluslararası bankacılık, özel bankacılık ve perakende bankacılığı olarak sınıflandırılabilir.

Faaliyet olarak incelendiğinde ise bankalar beş gruba ayrılmaktadır; ticaret bankaları, katılım bankaları, yatırım bankaları, merkez bankaları ve kalkınma bankalarıdır. Söz konusu bankaların faaliyetlerine ait bilgiler aşağıda açıklanmıştır.

A. Merkez Bankaları

Merkez bankaları, ülkenin iktisadi durumunu gözeterek kredi ve para politikalarına yön veren kuruluşlardır. Örneğin; Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası görevleri şöyle sıralanabilir; iç ve dış piyasalarda Türk lirasının değerini korumak için tedbirler alma, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'nun yönetilmesi, kur – parite dengesine yönelik çalışmalar ve kâğıt ve madeni para basabilme yetkisine sahip tek bankadır (Bulut, 2014).

B. Ticaret Bankaları

Ticaret bankaları, bireylerden ve işletmelerden elde ettiği fonu, yine bireylere ve işletmelere kredi olarak kullandıran bankalardır. Yani; ticari bankaların sermayesi bireylerin, işletmelerin ve kamu kurum ve kuruluşlarından oluşmaktadır. Ticari bankalar bu sermayesini fon ihtiyacı olan bireylere, işletmelere ve kamu kurum ve kuruluşlarına kullandırım yaparak kredi riski oluşturur. Bu kredilerden elde ettiği faiz gelirleri ile fon sahibi kesime ödediği faiz tutarı arasında kalan kısım da ticari bankaların kârı olarak adlandırılır (Erdem, 2010:43).

C. Yatırım Bankaları

Yatırım bankaları, tahvil ihraç ederek veya finans kuruluşlarından kredi olarak elde ettiği fonları üretim faaliyeti gösteren şirketlere uzun vadeli yatırım amacıyla kullandıran bankalardır. Ek olarak, üretim faaliyeti gösteren kuruluşlara danışmanlık hizmeti de verebilirler (Güney, 2007:31).

D. Kalkınma Bankaları

Kalkınma bankalarının ana görevleri; sanayicilere uzun vadeli fon sağlanmasına aracılık etme, ülke genelindeki yatırımlar için iç ve dış piyasalardan kaynak temini, yabancı yatırımcıların yapacağı yatırımlara aracılık etme ve sermaye piyasası faaliyetlerinin ve hacminin artırılması olarak sıralanabilir. Kısaca kalkınma bankaları

üretime destek olarak ülke ekonomisinin gelişmesini sağlayacak fonları, uzun vadeli yatırımlara çeviren önemli bir görevi vardır (Eroğlu, 2014).

E. Katılım Bankaları

Katılım bankaları, f aiz işleyişi olmadan bankacılık hizmeti sunan, kâra veya zarara katılım prensibi ile fon toplayan ve bu fonları ticaret ve leasing işlemleri ile kullandırılan bir bankacılık türüdür. "Katılım" kelimesi bankacılık faaliyetlerinde mevduat yatıran müşterilerin vade sonunda elde edecekleri gelirin vade başında belli olmayıp, o vadede elde edilen ticari faaliyetlerden elde edilen kâra veya zarara katılma prensibinden gelmektedir (TKBB, 2020).

1.1.4. Bankaların Ekonomideki Fonksiyonları

Bankalar birikim sahiplerinden elde ettikleri fonları, toplumun fon ihtiyacı olan kesimine aktarma işlemine aracılık etmektedir. Bu görev ile iktisadi yapı içerisinde finansal aracılık hizmetini yerine getirmektedir (Uzkesici, 1994:11).

Bankalar elde ettikleri fonları uygun vadede, daha kârlı ve risksiz sektörlere aktarmaktadır. Fon taleplerinin karşılanmasında vade, sektör gibi değişkenlere de bakarak kaynakların verimli şekilde kullandırılması görevini yerine getirmektedir (Aydın vd., 2012:17).

Bankacılık sistemleri hem ülke çapında hem de uluslararası finans dünyasında fon fazlasına sahip kesimden, fon talebi olan kesimlere fon aktarılmasına aracılık etmesi sebebiyle kaynaklara akıcılık sağlama fonksiyonunu yerine getirmektedir (Uzkesici, 1994:11).

Fon sahibi olan kesimin kısa vadeli, az miktarda olan taleplerine karşılık, fon ihtiyacı olan kesim, söz konusu fonu büyük miktarda ve uzun vadeli talep etmektedir. Bankalar, farklı vade ve farklı tutarlarda olan fon arz ve taleplerde dengeyi kurmakla görevlidir, kısaca vade ve miktar ayarlaması görevini yerine getirmektedir (Aydın vd., 2012:17).

Kaydi para, hesaplara yatırılan tutardan kanuni karşılık oranı düşüldükten sonra kalan kısım bankalar tarafından fon açığı olan kesime kredi olarak kullandırılarak oluşturulur. Ticari hayatta değerli kâğıt olarak çek kullanılan gelişmiş ekonomilerde kaydi para büyük önem arz etmektedir (Öçal ve Çolak, 1999:38).

Küreselleşen dünya ekonomisinde rekabetin artması, bankaların yeni fon kullandırım ürünleri ve yeni fon toplama yöntemleri bulmasına vesile olmuştur. Akreditif ürünü de söz konusu yenilikçi ürünlerden birisidir. Akreditif ile birbirini hiç tanımayan işletmeler çalıştıkları bankaların garantörlüğünde ticaret yapmaktadır (Aydın vd., 2012:38).

Merkez bankaları ülkelerin çıkarları doğrultusunda yürüttükleri para politikalarını uygulamak için; zorunlu karşılık oranları, açık piyasa işlemleri, reeskont faizleri gibi araçları kullanırlar. Bu uygulamalar ile para politikasında etkinliğin artması görevini yerine getirirler (Uzkesici, 1994:16).

1.2. Katılım Bankacılığının Doğuşu ve Doğuş Sebepleri

İlk Müslümanlar, büyük fetihler sebebiyle çok geniş bir coğrafyada ticari faaliyetlerini devam ettiriyorlardı. Sarraflar, İslamiyet'in ilk yıllarından itibaren İslam dini mensuplarının fon ihtiyaçlarını karşılamaktaydı. Sarraflar, kredilendirme işlemlerine ek olarak bu risk için teminat alınması ve sigorta süreçlerini de takip etmektelerdi (Atar, 2017).

Katılım bankası, Bankacılık Kanununda finansman ve fon toplama esas amacı olmak üzere çeşitli bankacılık faaliyetlerini de yapan kurumları ifade etmektedir (Bankacılık Kanunu, 2005).

Akkuş (2017)'a göre faizli bankaların, para alıp satarak gelir elde etmesi, söz konusu parayla ticaret yapmadan daha fazla para kazanması İslami kurallar ile örtüşmediğinden Müslüman toplumlarda kabul edilmeyen bir unsur olmuştur.

İslami bankacılık, önceleri Kur'an ve Sünnete; devamında ise İslam kaynaklarına dayalı olarak çalışan ve bu sistemin İslami hukuka paralel olarak çalıştığı finans sisteminin bir parçası halindedir (Kahyaoğlu ve Özkara, 2018).

Faiz, İslami toplumlarda yer edinememiş ve dönemin getirmiş olduğu sosyal sıkıntılar meydana getirmiştir. Bu problemler, İslam coğrafyasında insanların kendi inançlarına uygun bir sistem geliştirmesine sebep olmuştur. (Erdoğan, 2011).

Can (2007)'a göre İslami bankalar, topladıkları fonları direkt olarak reel sektörde kullandırdıkları ve kuruluş amaçları gereği devlet iç borçlanma senetleri gibi ürünlerde değerlendiremedikleri için ekonominin canlı kalmasına katkı sağlamaktadır.

Fon toplama ve fon kullandırım hizmetindeki kâr-zarar ortaklığından "katılım" ismini alan kuruluşlar, "banka" kelimesini de uluslararası piyasalarda meydana gelebilecek olan tanınmama ve kabul edilmeme riskini ortadan kaldırmak için isimlendirildiği görülmektedir (Eskici, 2007).

Yurttadur ve Demirbaş (2017)'a göre Türk finans sisteminde katılım bankaları kurulduğu yıllar itibariyle rekabet koşullarının çok çetin olduğu dönemlere gelmesinin yanı sıra ekonomik sistemin de tamamlayıcısı olarak faaliyetlerine devam etmiştir.
Özbay (2014)'a göre petrol fiyatlarındaki artışın büyük miktarlara ulaşması 1972-1975 yılları arasında faizsiz sistemin doğmasını sağlamıştır. Elde edilen nakit fazlalığı ile gelişmeye başlayan İslami bankacılık 1976-1983 yılları arasında İngiltere'den Malezya'ya kadar yayılmış, söz konusu ülkelerde de birçok faizsiz bankanın kurulmasına vesile olmuştur. Dünya çapında katılım bankacılığı faaliyeti hizmeti veren kuruluşlar ülkemizde de bilinirliği sağlamak ve faizsiz bankacılığa destek olmak amacıyla özel bankalar kurmuşlardır.

İslami hassasiyet ile hareket eden dünya genelindeki kişiler ve kuruluşlar bu hassasiyet nedeniyle konvansiyonel bankaların bulunduğu sistem ile çalışmaktan kaçınmış ve birikimlerini de bu sisteme dahil etmek istememişlerdir. Sanayi devrimlerinin İslam coğrafyasında da başlaması neticesinde uzun vadeli kaynak arayışının yanı sıra

kullanılmayan fonların iktisat içerisine dahil edilmesi için faizsiz esaslara göre çalışan kurumlara ihtiyaç duyulmasını sağlamıştır (Buğan, 2015).

Erdoğan (2011)'a göre petrol satan ülkelerin birikimlerini AB ülkelerinde değerlendirmekten vazgeçerek İslam coğrafyasında değerlendirmeye başlaması ile faizsiz bankacılığın gelişmesine büyük katkı sağlanmıştır.

Ustaoğlu (2014)'e göre de "Pek çok iktisadi ve sosyal kurum toplum ihtiyaçlarının zorlaması ve yönlendirmesi sonucu ortaya çıkar. İktisadi ve sosyal bir kurum olan Katılım Bankacılığı (Faizsiz/İslami bankacılık), müessesesinin doğmasına etki eden faktörlerin başında da toplum ihtiyaçları gelmektedir. İslami hassasiyetleri olan ve bu doğrultuda hayatını idame ettirmeye çalışan insanların, faiz vb. ekonomi enstrümanlarından uzak kalmayı tercih etmesi, İslami bankacılığın doğuşuna zemin hazırlamıştır. Faiz hassasiyetine sahip tasarruf sahiplerinin kaynaklarının âtıl kalması hem tasarruf sahiplerini hem politik iradeyi hem de ekonomik aktörleri harekete geçirmiştir. Âtıl kaldığı düşünülen bu kaynakların sisteme kazandırılması ihtiyacı ve kaygısı aşağıda detaylarını açıklamaya çalışacağım dini, ekonomik, sosyal ve politik sebepler neticesinde Katılım Bankacılığının ortaya çıkış nedenlerini oluşturmaktadır".

İslami bankacılık veya katılım bankacılığı olarak bilinen faizsiz finans sistemi, dinen yasaklanan iktisadi işlemleri yapmayan bir bankacılık sistemi olarak ifade edilebilir. Tüm dünya ekonomilerinde de yaygınlaşan bu sistemin temel mantığı bankanın ve müşterinin kazanç elde ederken faiz işleyişinden uzak durmasıdır. Dünya genelinde katılım bankaları "İslami banka" adı ile bilinse de müşterileri sadece İslam dinine mensup bireylerden oluşmamaktadır; çünkü faiz Yahudilik ve Hıristiyanlıkta da yasaklanmıştır (Aslan ve Sönmez, 2018).

Katılım bankacılığına duyulan ihtiyaç sebebi ülkeler bazında da farklılaşmaktadır. Örneğin; Türkiye'de fon toplama ve fon kullandırım alanlarında ihtiyaç duyulurken, Arap ülkeleri sürekli olarak fon fazlası verdikleri için onlarda fon fazlasının değerlendirilmesi noktasında ihtiyaç duyulmuştur. Bu ihtiyacı iyi analiz eden Avrupa ülkeleri Ortadoğu'da olan ve nasıl değerlendirileceği sahipleri tarafından çok fazla

bilinmeyen fonları kendi kurdukları faizsiz bankalar aracılığıyla kendi ülkelerine yönlendirmeyi başarmışlardır (Baykara, 2012).

Mücahitoğlu (2015)'na göre gelişmiş devletler tarafından benimsenmiş olan toplum devleti düşüncesini destekleyen İslami bankacılık, doğrudan reel sektör ile ilişkili olması neticesinde toplumlar tarafından kabul görmüştür ve ilerlemesine vesile olmuştur.

1970'lerin başında ihraç edilmeye başlayan petrol dolayısıyla oluşan fon fazlası, İslami ülkelerde işlem görmeyip batı ekonomilerine aktarılmıştır. Bu aktarım neticesinde de İslam coğrafyasına bir fayda sağlamadığı tespit edilmiştir. İstihdam başta olmak üzere ekonomilerinde sorun olan İslam coğrafyası, söz konusu birikimleri ülkelerine getirebilmek için iş birliği yapmaları gerektiği konusunda anlaşmışlardır.

Savaşlar ve finansal krizler nedeniyle ekonomik olarak sıkıntılı günler geçiren katılım bankaları, 1980'li yılların ortalarına kadar müşterilerine çok verimli hizmetler sunamamışlardır. Fakat söz konusu ekonomik kriz bir fırsatı da beraberinde getirmiş ve alışıla gelmişin dışında yatırım aracı arayan müşterilere birer alternatif olmuştur (Toraman, Ata ve Buğan, 2015).

Faizin oluşturduğu iktisadi düzensizlik; yani zenginin gün geçtikçe daha zengin olması, fakirin de daha fazla fakirleşmesine sebep olması faizin İslam dinine göre yasaklanmasında büyük etkendir (Destebaşı, 2018).

1.2.1. Katılım Bankacılığının Tanımı

Katılım bankaları; İslami kurallar ile çalışmak üzere kurulmuş, reel sektöre yönelik ekonomik faaliyetlere finansman desteği sağlayan ve bu faaliyetler sonucunda oluşan kâr veya zararı müşterileriyle paylaşmakta olan kuruluşlardır. Faizli bankacılık sistemi ile karşılaştırma yapılarak anlatmak gerekirse; faizli bankacılık sisteminde para bir ürün gibi değerlendirilir; yani alınır ve satılır. Örneğin; mudilerden alınan 100 lira belirli bir vade sonunda 110 lira olacağı garantisi verilerek toplanır, ihtiyaç sahiplerine de 150 liraya satılır. Bu işlemden de faizli banka para alışverişi yaparak kar elde etmiştir. Faizsiz bankacılıkta ise durum farklıdır. Bu sistemde de mudilerden toplanan

birikimlere belirli bir getiri garantisi taahhüt edilmez. İhtiyaç sahiplerine de fon kullandırımı nakit para verilmesi ile değil bir ürün karşılığında (konut, araç, emtia vb.) olur ve vade sonuna kadar kurum bir kazanç sağlayacak şekilde satar. KOBİ'lerden mevduat toplama işlemi bireysel müşterilerden farklı değildir ancak fon kullandırım işlemlerinde farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Katılım bankalarının diğer bankalar gibi işledikleri kamuoyunda sıkça düşünülen bir yanlıştır. Bu benzerlik faizli bankaların konut ve araç finansmanı işlemlerinde süreci katılım bankaları gibi yürütmesinden kaynaklanmaktadır.

İşletmelere ait fon kullandırımında ise; KOBİ'ler satın almak istedikleri emtiaya ait proforma faturayı veya birim fiyatı bankaya ileterek banka ile uygun vadede geri ödeme planı oluşturur. Daha sonra ürün hazırlanarak faturası bankaya ibraz edilir ve satıcıya söz konusu fatura bedeli ödenir.

Yukarıda bahsi geçen; bireysel müşterilerin konut ve araç alımlarından ve işletmelerin emtia ürünlerin fonlanmasından elde ettiği kârları, mevduat müşterilerinin katılım hesaplarına yatırdıkları mevduatın payları oranında hesaplarına aktarılır.

Katılım bankaları, işleyiş esasına göre fon kullandırım işleminde gerçekten alışverişin yapıldığı ticari faaliyetlere aracılık sağlanmaktadır. Fon kullandırım tutarının, borçlanan şirket veya şahıs hesabına geçmediği, ürünü tedarik eden satıcıya ödenmesi ile finansmanın kullanım amacına uygun alanlarda ve daha verimsiz şekilde kullanılmasının önüne geçmektedir (Coşkun, 2008: 65).

Katılım bankası ile fon fazlası bulunan insanlar arasında bir emek-sermaye ortaklığı kurulur. Bu işleyişe Türkiye'de yaygın olarak bilinen adıyla kar – zarar ortaklığı denir. İslami banka topladığı paraları tacir sıfatıyla işletir ve oluşan kârı hesaplarına mevduat olarak yatıran müşterileri ile paylaşmayı kabul ve taahhüt eder (Bayındır, 2007).

Çalışma prensibi açısından İslami bankalar; nakdi olan her eylemin kesinlikle bir ürün ve hizmetle bağlı olarak çalıştığı, söz konusu ticari olayların sonuçlarının kâr ve zarar esasına göre dağıtıldığı bir bankacılık sistemi şeklinde açıklanabilir (Özsoy vd. 2013).

Faizli bankalarda vade başında vade sonunda alınacak faiz oranı belli olmasına karşın, katılım bankaları ortaklık temeli olduğundan ticari faaliyetlerinden elde ettiği kârdan pay verirler veya alırlar (Uçar,1992).

İslami bankalar, fon toplama işlemini kâra ve zarara dahil olmayı esas alarak çalışıp; fon kullandırırken de finansal kiralama, ticaret ve ortaklık şeklinde işleyişi olan kuruluşlardır. Katılım bankaları bu işleyişleri sebebi ile doğrudan reel sektör işlemlerine aracılık etmekte ve ülke ekonomisine katkı sağlamaktadırlar (Öndeş, Şimşek ve Sümer, 2018).

1.3. Dünyada Katılım Bankacılığı

İbadethaneler, ilk icra edildiği çağlardan itibaren banka faaliyetlerini ifa eden ilk kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır. İlk dönemlerde faizsiz olarak yapmış oldukları bu faaliyetleri sonraki dönemlerde faiz esası ile yaptıkları anlaşılmaktadır. Söz konusu dönemin varlıklı aileleri bankacılık hizmetlerini öncelerde karşılık beklemeden yapmış olsalar da daha sonraki süreçlerde modern bankalardaki gibi faizli olarak vermişlerdir (Türkmenoğlu, 2007).

İslami bankalar günümüzde ekonomik sistemde konvansiyonel bankaların yaptığı birçok işlemi yapmaktadır. Fon toplama ve fon kullandırıma ek olarak; sigorta aracılık işlemleri, para transferleri ve leasing işlemlerine aracılık etmektedir. Faizli bankalardan ayrıldığı en temel nokta ise nakit kredi olmuştur. Katılım bankaları yaptıkları işlerle piyasada kendilerine yer edinmiş ve ülke ekonomilerine farklı bir bakış açısı getirmiştir (Kaya, 2013).

Faiz işleyişinin İslam dini tarafından kesin emirlerle yasaklanmış olması, fon fazlasına sahip olan kesimin birikimlerini gayrimenkul veya altın ağırlıklı değerlendirmelerine vesile olmuştur. Bu yöneliş neticesinde İslami coğrafyalarda oluşan fon açığı yabancı sermayeli kuruluşlar tarafından karşılanmıştır. Bu da fon talep eden ülkenin dışa bağımlılığını artırmıştır. Bu açıdan bakıldığında katılım bankaları ülkelerin dışa bağımlılığını azaltmış ve birikimlerin ülke içerisinde değerlenmesine vesile olmuştur (Erdoğan, 2011).

Faizsiz bankacılık sisteminin dünya ekonomik sisteminde rağbet görmesinin en önemli sebeplerinden birisi petrol gelirleri ile zengin olan ülkelerin fon fazlası birikimlerini bu sisteme aktarması olmuştur. Türkiye ise 1980 sonrası yurtdışına açılarak ihracata yönelik büyüme stratejisini takip etmiştir. Bu sayede dünya ekonomisinin büyümesini yakalamış ve gelişmeleri takip edebilmiştir. Leasing şirketlerinin, Borsa İstanbul'un ve sermaye piyasası aracı kuruluşların açılması da bu gelişmelere örnek verilebilir. Meydana gelen ekonomik gelişmeler ile özel finans kuruluşları açılmaya başlanmıştır. Bu kuruluşların açılmasıyla dini hassasiyeti olan ve birikimlerini faizli bankalara yatırmaktan çekinen müşteriler için alternatif bir yöntem olmuştur. Böylece âtıl durumda olan birikimler ekonomiye kazandırılmıştır (Yurttadur ve Demirbaş, 2017).

Dünya ekonomisinde katılım bankacılığı her yıl konvansiyonel bankacılıktan daha büyük gelişim göstermektedir. Dünya genelinde en büyük hacimli katılım bankalarına sahip ülkeler; Malezya, Arabistan ve İran'dır (Sarı ve Güngör, 2018).

1.4. Türkiye'de Katılım Bankacılığının Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de katılım bankacılığı ihtiyacı 1970'li yıllarda doğmuştur. Bu ihtiyacın doğmasında yurt dışında gurbetçi olarak çalışan vatandaşların ülkelerine birikim amaçlı getirdikleri fonların değerlendirilme düşüncesi etkili olmuştur. Birikimlerini faizli yöntemlerle değerlendirmek istemeyen yurttaşlar, faizsiz sisteme olan ihtiyacı açığa çıkarmıştır. Önemli miktarda döviz getiren vatandaşlar ile küçük ve orta büyüklükteki işletmelere yönelik hizmet vermek amacıyla 1975 yılında kurulan ve 1978 yılına kadar faaliyet gösteren Devlet Sanayi İşçi Yatırım Bankası (DESİYAB)'nın açılması Türkiye katılım bankacılığı açısından önemli bir adım olmuştur (Kaya, 2012).

1980'li yıllarda Türkiye ekonomisi daha öncesinde uyguladığı devletçi ve dışa kapalı ekonomi politikasından ihracat temelli büyüme ekonomisine geçiş yapmıştır. Bu dönemde faizler serbest bırakılarak serbest piyasa ekonomisi ile yabancı kaynakların ülkemize girişini kolaylaştırmaya yönelik yeni düzenlemeler bu dönemde hayata geçirilmiştir. Bu minvalde; Katılım bankalarının geçmişi 'Faizsiz Bankacılık' ve İslam Bankacılığı' adı altında, dünyada 1960'lı yıllara kadar uzanırken ülkemizde ise 15.12.1983 tarihinde Bakanlar Kurulu'nca kabul edilen Kanun Hükmünde Kararname

(KHK)'de belirtildiği üzere ilk defa 'Özel Finans Kurumu' kavramı ile Türk finans sisteminde yer almıştır (Eskici, 2011: 4). Daha sonra özel finans kurumu kavramını ifade edilmesi konusunda yaşanan problemler ile müşterilerin zihinlerinde oluşan kuşkuları gidermek amacıyla 'Özel Finans Kurumları' 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nda yapılan değişiklikle 2006 yılı başından itibaren 'Katılım Bankaları' (Participation Banks) ismini almıştır.

Türkiye'de ilk Özel Finans Kurumu 1985 yılında kurulan Albaraka Türk Finans Kurumu A.Ş. ve Faisal Finans Kurumu A.Ş.'dir. Bunları 1989 yılında Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu A.Ş., 1991 yılında Anadolu Finans Kurumu A.Ş., 1995 yılında İhlas Finans Kurumu A.Ş. ve 1996 yılında kurulan Asya Finans Kurumu A.Ş. takip etmiştir. 2001 yılında uluslararası piyasalarda ve Türkiye'de yaşanan ekonomik çalkantıda İhlas Finans Kurumu A.Ş. iflas etmiş ve faaliyetlerine son verilmiştir. 2016 yılında da şeffaf ve açık bir ortaklık yapısının olmaması sebebi ile Asya Bank Finans Kurumu A.Ş.'nin bankacılık faaliyetleri durdurulmuş ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonuna (TMSF)'na devredilmiştir.

Faisal Finans Kurumu A.Ş. 2001 yılında Türkiye'nin büyük gruplarından olan Ülker Grubu tarafından devralınmış ve adı Family Finans Kurumu A.Ş. olmuştur. 2005 yılında da Anadolu Finans Kurumu A.S. ve Family Finans Kurumu A.Ş. birleşerek Türkiye Finans Katılım Bankası adını almıştır. 2005 senesine kadar olan süreç, faizsiz katılım bankacılığının Türkiye'deki kuruluş dönemi olarak kabul edilebilir. 2005'ten sonrası ise ülke geneline yayılma, müesseseleşme ve büyüme sürecinin başlangıcı olarak değerlendirilebilir. Çünkü 2005 yılından bu yana bankacılık sektöründeki şubeleşme politikasına katılım bankaları da katılmışlar ve gelişen istikrarlı ekonomi içerisinde paylarını önemli ölçüde arttırmışlardır (Karakoç, 2011). Bu kurumları sırasıyla Ziraat Katılım Bankası A.Ş. (2015), Vakıf Katılım Bankası A.Ş. (2015) ve Emlak Katılım Bankası A.Ş. (2019) takip etmiştir (TKBB, 2019).

Faizli bankaların varlıkları 2000'li yıllarda 20% büyürken, katılım bankalarına ait varlıkların aynı süreçte büyümeleri 33% oranında olmuştur. Türkiye'de tüm bankacılık sistemi içerisinde katılım bankalarının oranı; 2005 yılında 2,5% iken, 2013 yılı sonunda 5,9%'ye ulaşmıştır. Bu süreçte katılım bankaları bireylerin ve

kuruluşların fon ihtiyacını karşılamanın yanı sıra fon fazlası olan kesimin yatırımlarını değerlendirmesine de vesile olmuştur (Emeç, 2014: 14).

Özetleyecek olursak şu an Türkiye'de 6 adet katılım bankası faaliyet göstermektedir. Bunlar Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş, Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş, Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş, Ziraat Katılım Bankası A.Ş, Vakıf Katılım Bankası A.Ş. ve Emlak Katılım Bankası A.Ş'dir (BDDK, 2019).

Katılım bankalarının "banka" statüsünü kazanması ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF)'nun güvencesi kazanması ile katılım bankaları daha güvenilir bir kurum haline gelmiştir. Katılım bankaları, geçmiş yıllardaki bilgi birikimlerinden hareketle faizli bankalarla daha rekabetçi ve bankacılık sektöründeki payını artırmaya yönelik stratejiler geliştirmiştir. Devlete ait bankaların kendi içlerinde kurmuş olduğu katılım bankaları da büyümeyi desteklemiştir. Söz konusu kurumların sisteme dahil olması katılım bankacılığına ayrıca bir güven kazandırmış olup, katılım bankacılığının gelişmesine büyük bir katkı sağlamıştır. Ülkemizde katılım bankaları kuruluş ve yapılanma aşamalarını geçmiş olup, bir sonraki basamak büyümeye hız vermesi bir olmalıdır. Kamuoyunun mevcut katılım bankalarından bir diğer beklentisi de murabaha sisteminden ziyade müşaraka sistemini yaygınlaştırmalarıdır (Demir, 2018).

Tablo 1.1: Katılım Bankalarının Yıllara Yaygın Şube Sayısı ve Personel Sayıları (2004-2019)

Yıllar	Şube Sayısı	Büyüme (%)	Personel	Büyüme (%)
2004	255	36	4789	36
2005	290	14	5740	20
2006	355	22	7114	24
2007	422	19	9215	30
2008	530	26	11022	20
2009	569	7	11802	7
2010	607	7	12677	7
2011	685	13	13851	9
2012	828	21	15536	11
2013	966	17	16763	9
2014	990	2	16270	-3,1
2015	1080	9	16554	1,7
2016	959	-11,2	14467	-12,6

2017	1032	8	15029	4
2018	1122	8	15654	4
2019	1179	5	16040	2

Kaynak, TKBB, 2020

Tablo 1.2'ye göre Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının şube sayısı ve personel sayılarındaki değişim oranları kuruldukları yıllara göre azalan oranda artışını sürdürmektedir. Söz konusu azalmanın sebepleri şu şekilde sıralanabilir;

- Yıllardır devam eden yüksek enflasyon
- Ekonomik istikrarsızlık ve oynaklık
- Hükümetlerin bütçe açığı için piyasa kaynaklarını kullanması
- Toplumun muhafazakâr bireylerinin milli gelirden aldığı payın azalması
- İşsizlik
- İhracatın düşük seviyelerde seyri (Mahmud, 2016).

Tablo 1.2'ye göre, toplanan toplam fon tutarında 2020 yılı ilk çeyreğinde 2019 yılına oranla Türkiye Finans %17, Kuveyt Türk %16, Ziraat Katılım%11, Albaraka Türk %9 ve Vakıf Katılım %9 artış göstermiştir. Tablo1.2'ye göre kullandırılan fon tutarında 2020 yılı ilk çeyreğinde 2019 yılına oranla Kuveyt Türk %21, Albaraka Türk %14, Türkiye Finans %12, Ziraat Katılım %11 ve Vakıf Katılım %9 artış göstermiştir. Tablo1.2'ye göre toplam aktif miktarında 2020 yılı ilk çeyreğinde 2019 yılına oranla Türkiye Finans %14, Kuveyt Türk %13, Vakıf Katılım %13, Ziraat Katılım %9, Albaraka Türk %8 artış göstermiştir.

Tablo 1.2: Katılım Bankalarının Başlıca Finansal Göstergeleri (Bin TL, %) Mart 2020)

FİNANSAL BAŞLIKLAR	ALBARAKA TÜRK		TÜRKİYE FİNANS		KUVEYT TÜRK	
	2020 / Q1	**2020 Q1-2019**	**2020 / Q1**	**2020 Q1-2019**	**2020 / Q1**	**2020 Q1-2019**
TOPLAM	43,277,004	9%	46,786,226	17%	98,822,098	16%
KULLANDIRILAN FONLAR	35,203,717	14%	37,354,595	12%	69,995,921	21%
TOPLAM AKTİF	55,551,997	8%	59,638,585	14%	118,305,650	13%
ÖZ VARLIK	3,780,402	-1%	4,881,181	1%	6,825,129	0%
NET KÂR	12,050	-56%	181,970	119%	315,837	24%

PERSONEL SAYISI	3,717	-2%	3,480	1%	6,020	1%
ŞUBE SAYISI	230	0%	310	0%	434	1%
FİNANSAL BAŞLIKLAR	**EMLAK KATILIM**		**VAKIF KATILIM**		**ZİRAAT KATILIM**	
	2020 / Q1	**2020 Q1-2019**	**2020 / Q1**	**2020 Q1-2019**	**2020 / Q1**	**2020 Q1-2019**
TOPLAM	7,377,849	-	24,980,758	9%	28,376,728	11%
KULLANDIRILAN FONLAR	6,939,969	-	20,307,021	8%	31,618,460	7%
TOPLAM AKTİF	11,117,610	-	34,391,387	13%	39,785,465	9%
ÖZ VARLIK	1,157,503	-	4,233,814	116%	3,249,289	3%
NET KÂR	(21.306)	-	142,850	171%	113,567	9%
PERSONEL SAYISI	418	-	1,395	6%	1,171	3%
ŞUBE SAYISI	12	-	106	2%	96	3%
FİNANSAL BAŞLIKLAR	**GENEL TOPLAM**		**GENEL TOPLAM**		**2020 Q1-2019**	
	2020 / Q1		**2019**		**Değişim**	
TOPLAM	249,620,663		219,601,445		14%	
KULLANDIRILAN FONLAR	201,419,683		176,145,443		14%	
TOPLAM AKTİF	318,790,694		284,282,352		12%	
ÖZ VARLIK	24,127,318		21,766,992		11%	
NET KÂR	744,968		521,325		43%	
PERSONEL SAYISI	16,201		16,044		1%	
ŞUBE SAYISI	1,188		1,179		1%	

Kaynak:TKBB, 2020

Bankalara ait sermaye yeterlilik rasyosu bankanın sermaye gücü ile aldığı riskler arasındaki dengeyi sağlamaya yönelik getirilmiş uluslararası ölçüm metotudur. Kısaca, öz kaynaklar ile risk ağırlıklı varlıklarının oranı ile elde edilen rasyoya yeterlilik rasyosu denir. BBDK'ya göre ülkemizde faaliyet gösteren bir bankanın sermaye yeterliliği %12'nin üzerinde olmalıdır. Tablo 1.3'e göre 2020 Mart ayı itibariyle Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının sermaye yeterlilik rasyoları sırasıyla Türkiye Emlak Katılım Bankası'nın %46,21, Vakıf Katılım Bankası'nın %23,97, Kuveyt Türk Katılım Bankası'nın %21,47, Türkiye Finans Katılım Bankası'nın %15,97, Albaraka Türk Katılım Bankası'nın %14,49 ve Ziraat Katılım Bankası'nın %14,28'dir.

Tablo 1.3: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Katılım Bankalarına Ait Sermaye Yeterliliği Oranları

Sıra		**Albaraka Türk**	**Kuveyt Türk**	**Emlak Katılım**
1	Kredi Riski İçin Gerekli Sermaye Yükümlülüğü (Kredi Riskine Esas Tutar*008) (KRSY)	29,492,246.11	3,230,382.00	3,793,994.79
2	Piyasa Riski İçin Gerekli Sermaye Yükümlülüğü (PRSY)	4,114,019.13	203,164.00	527,425.50
3	Operasyonel Risk İçin Gerekli Sermaye Yükümlülüğü (ORSY)	2,789,876.25	597,842.00	511,717.50
4	Özkaynak	5,272,201.00	10,820,201.00	2,233,294.00
5	Özkaynak/((KRSY+PRSY+ORSY) *125*100)	14.49%	21.47%	46.21%
		Türkiye Finans	**Vakıf Katılım**	**Ziraat Katılım**
1	Kredi Riski İçin Gerekli Sermaye Yükümlülüğü (Kredi Riskine Esas Tutar*008) (KRSY)	2,884,023.70	1,413,716.00	2,054,235.00
2	Piyasa Riski İçin Gerekli Sermaye Yükümlülüğü (PRSY)	145,153.00	71,885.00	43,360.00
3	Operasyonel Risk İçin Gerekli Sermaye Yükümlülüğü (ORSY)	300,859.28	135,245.00	146,538.00
4	Özkaynak	6,649,265.00	4,856,042.00	4,015,605.00
5	Özkaynak/((KRSY+PRSY+ORSY) *125*100)	15.97%	23.97%	14.28%

Kaynak:TKBB, 2020

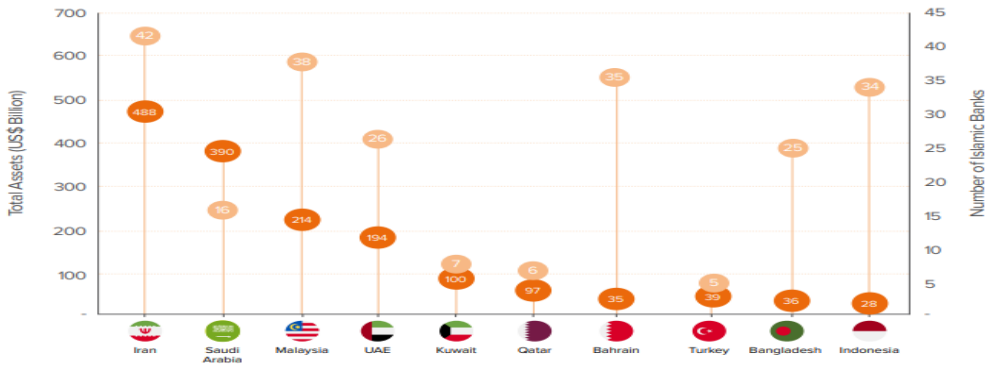
1.5. Katılım Bankacılığının Ülke Bazında Büyüklükleri

İslam coğrafyasında yaklaşık yüz yılı aşkın süredir faaliyet gösteren katılım bankacılığı sistemin modern sistemlerle, düzenli ve örgütlü şekilde yapılması fikri ilk kez Suudi kral Faysal döneminde meydana gelmiştir. Söz konusu gelişme aşamalarının ilk dönemlerinde İslam coğrafyasında oluşan bu taleplere Amerika Birleşik Devletleri büyük destek vermiş ve kurumsal bir bankacılık sistemi kurulması için çalışmalar yapmıştır. Asya ve Afrika kıtalarında kurulan İslami kuruluşları 1975 yılında kurulan İslam Kalkınma Bankası takip etmiştir. Birbiri ardına açılan katılım bankaları beklentiyi tam olarak karşılayamasa da kurulduğu ülkelerin ekonomilerine büyük destekler sağlamıştır. Arap coğrafyasındaki bireylerin bir araya gelmesi ile petrol kaynaklı oluşan birikimlerin Arap yarımadasına gelme düşüncesi baskın gelmeye başlamıştır. Bu düşünce ile 1981 yılında "Dar Al-Maal Al-İslami" şirketi İsviçre'nin Cenevre şehrinde faaliyete başlamış ve özellikle özel sektörün fon ihtiyacını gidermeye çalışmıştır. "Dallah Baraka" isimli grup ve sonrasında açılan farklı şirketler ile İslam coğrafyasında katılım bankacılığı kısa bir sürede yaygınlaşmıştır. Uzak doğu

ülkelerinde bulunan ve yönetimde söz sahibi olan zengin Müslümanlar aracılığıyla söz konusu ülkelerin teknoloji desteği alınmış ve iktisadi programlar içerisine hızlıca entegre edilmişlerdir (Erdoğan, 2011: 29).

İslam Kalkınma Bankası'na bağlı bir kuruluş olan İslami şirketler için gelişim kuruluşu tarafından yayımlanan makalede, tüm dünyada faaliyet gösteren İslami bankaların hangi ülkede faaliyet gösterdiği ve bu kuruluşların toplam varlıkları Tablo 1.4'te gösterilmiştir. 2018 yılı verilerine göre hazırlanan Tablo 1.4'e göre İran'da faaliyet gösteren toplam 42 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları 488 Milyar dolardır. Suudi Arabistan'da faaliyet gösteren toplam 16 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları 390 Milyar dolardır. Malezya'da faaliyet gösteren toplam 38 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları 214 Milyar dolardır. Birleşik Arap Emirlikleri'nde toplam 26 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları 194 Milyar dolardır. Kuveyt'te toplam 7 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları 100 Milyar dolardır. Katar'da toplam 6 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları 97 Milyar dolardır. Bahreyn'de 35 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları da 35 Milyar dolardır. Türkiye'de toplam 5 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları 39 Milyar dolardır. Bangladeş'te toplam 25 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları 36 Milyar dolardır. Endonezya'da toplam 34 İslami kuruluş vardır. Bu kuruluşların toplam varlıkları 28 Milyar dolardır.

Tablo 1.4: Ülkelere Göre İslami Banka Sayıları ve Toplam Varlıkları



Kaynak: İslam Kalkınma Bankası, 2020

İslami bankacılık ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, politik düzenleri ve kültürleri sebebiyle her ülkede aynı şekilde büyümemiştir. Örneğin; İran'da gerçekleşen devrim ile ülkede faizli bankalar yasaklanmıştır. 1980 yılından 1983 yılına kadar faizsiz

bankacılığın ne şekilde işleyeceği belirli standartlara bağlanmış ve uygulamaya geçilmiştir. Malezya'da katılım bankacılığı modelinin faizli banka ile yürütülmesi gerektiği savunulmuştur. Malezya Merkez Bankası'nda 1983 yılında yapılan değişiklikler neticesinde katılım bankaları konvansiyonel bankalardan farklı bir düzenlemeye tabi olmuşlardır. Suudi Arabistan'da ise şeriat kanunlarının geçerli olduğu ülkede faizli işlemlerin kesin kurallar ile yasaklanmış olan ülkede bankalar sadece komisyon tahsili ile gelir elde edebilmektedir (Emeç, 2014: 9).

1.6. Türkiye'de Katılım Bankacılığının Yaşadığı Problemler

Katılım bankaları tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de büyük bir ivme ile gelişmeye devam etmektedir. Bu gelişmeler yaşanırken katılım bankacılığı bazı problemler ile yüz yüze gelmektedir. Bu problemlerden bazıları sistemsel yapıdan kaynaklanmaktadır. Diğer başlıca problem ise; sistemin yeni olması sebebiyle halk tarafından tam anlaşılamaması olarak yorumlanabilir (Bağcı, 2013).

Katılım bankacılığının başlıca sorunları; katılım bankası müşterisi olan girişimcilerin az olması, görsel medyada reklamların çok fazla yer almaması, müşterilerine sundukları ürün çeşitliliğinin faizli bankalara göre kısmen az olması gibi problemler (Özgür, 2007: 109).

Katılım bankacılığının başlıca problemleri; iktisadi ve politik istikrarsızlık, faizli bankaların bankacılık piyasasında söz sahibi olması, vasat aktif kalitesi ve öz kaynakların yetersizliği olarak sıralanabilir (Güneş, 2002).

Türkiye'de katılım bankacılığı faaliyetlerine 1985 yılında başlanmış olması sebebiyle sistem konvansiyonel bankacılık tarihine göre oldukça gençtir. Bu genç işleyişin, fon birikimi sahiplerinin güven sorununu çözememiş olması katılım bankacılığı açısından bir problemdir. Bu problem neticesinde potansiyel olan birçok müşteri kazanılamamaktadır (Sarı ve Güngör, 2018).

İKİNCİ BÖLÜM
TÜRKİYE'DE BANKACILIK SİSTEMİ VE KATILIM BANKACILIĞI

2.1. Türk Bankacılık Sisteminin Tarihi ve Gelişimi

Osmanlı Devleti'nde kurulan ilk kurum, 1856 yılında İngiliz sermayesi ile Londra'da kurulan ve sonra Fransız sermayesinin de dahil olmasıyla bankacılık işlemlerinin yanında kâğıt para basma yetkisi verilen Osmanlı Imperial Bankası'dır. (Kepenek ve Yentürk, 2005).

Osmanlı Bankası'nın açılmasındaki faktörlerden biri, Osmanlı İmparatorluğu'nun Kırım Savaşı'na müteakip imzalanan 1856 Paris Barış Antlaşması ile dışardan fon kaynağı bulma imkanlarını arttırmış olmasıdır. Avrupalı sermaye sahiplerine tanınan güvence ile özellikle 1880'li yıllardan sonra yabancı sermayeli bankaların sayısı hızla artmıştır. Kurulan bankalar, ülke genelinde ulaştırma ve madencilik alanında yatırımlar yapmıştır. Bu yatırımlar ile kendi ülkeleri arasında ticari faaliyetleri geliştirmeye çalıştırmışlardır (Tokgöz, 2009).

Cumhuriyet döneminde yerli ve özel sermayeli bankalara imtiyazlar tanınmış ve bankacılık piyasasındaki yabancı sermayeli bankaların etkinliğine son verilmek istenmiştir. 1980 yılı alınan kararlar sonrasında kapalı bir ekonomik sistemden dışa dönük ve ihracat temelli büyümeyi hedefleyen bir ekonomi haline gelmiştir. Alınan bu kararlar neticesinde ülkemize birçok yabancı kaynak giriş yapmış ve araştırma konusu olan İslami bankacılığın temelleri atılmaya başlanmıştır (Artun, 1979).

Günümüzde Türk bankacılık sektörü Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) başta olmak üzere Türkiye Bankalar Birliği (TBB) ve Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) gibi kurumlar tarafından denetlenme ve yapılan işlemlerin uluslararası kanunlara, mevzuata, banka rasyolarına uygunluğu kontrol edilmektedir. Mevduat bankaları birliği olan Türkiye Bankalar Birliği (TBB) ve Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) sektörel bazlı denetleyici kurumlardır. Bu kurumların yaptığı kontroller ve denetimler Türk bankacılık sistemini eşdeğer ülkelerin bankacılık

sistemlerine göre öne çıkmasına vesile olmuştur. 2020 Mart ayı itibariyle Türkiye'de toplam 34 adet mevduat bankası bulunmaktadır, söz konusu mevduat bankaları 10.002 yurt içi şube ve 71 adet yurt dışı şube ile müşterilerine hizmet vermektedir (TBB,2020).

Mevduat bankaları ve yatırım bankaları ile toplam 47 adet konvansiyonel banka bulunmaktadır. Söz konusu bankaların aktif büyüklükleri toplam 4.201.885 Milyon TL'dir. Toplamda 10.199 şube ve 188.837 personel ile müşterilerine hizmet vermektedir.

Tablo 2.1: 31.12.2019 İtibarıyla Aktif Büyüklüklerine Göre Mevduat ve Yatırım Bankaları Sıralaması (Milyon TL)

	Banka	Toplam Aktifler	Toplam Krediler	Toplam Mevduat	Şube Sayısı (Adet)	Çalışan Sayısı (Adet)
1	Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	649.756	447.983	447.251	1.758	24.563
2	Türkiye İş Bankası A.Ş.	468.059	289.244	295.922	1.271	24.053
3	Türkiye Halk Bankası A.Ş.	457.045	309.208	297.734	1.006	18.967
4	Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.	419.426	292.091	251.531	943	16.835
5	Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	391.152	251.165	248.751	912	18.784
6	Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	387.496	240.464	222.790	846	16.631
7	Akbank T.A.Ş.	360.501	203.834	224.055	771	12.750
8	QNB Finansbank A.Ş.	181.681	118.972	105.626	525	12.087
9	Türk Eximbank	162.883	143.360	0	20	740
10	Denizbank A.Ş.	156.478	105.801	100.299	708	12.279
11	Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	107.350	69.218	72.194	471	8.954
12	ING Bank A.Ş.	57.145	34.707	39.208	210	3.733
13	Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.	42.000	31.295	0	3	375
14	İller Bankası A.Ş.	36.088	28.414	0	19	2.462
15	HSBC Bank A.Ş.	34.947	17.568	27.801	77	2.015
16	Odea Bank A.Ş.	32.667	19.308	22.097	48	1.091
17	Şekerbank T.A.Ş.	30.596	21.822	24.548	238	3.265
18	Alternatifbank A.Ş.	28.945	18.033	16.124	48	886
19	Fibabanka A.Ş.	21.886	14.477	13.567	63	1.541
20	Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası A.Ş.	19.376	15.128	0	1	285
21	Burgan Bank A.Ş.	18.893	13.816	11.563	35	943

22	ICBC Turkey Bank A.Ş.	18.191	9.088	10.614	43	731
23	Aktif Yatırım Bankası A.Ş.	17.856	8.153	0	10	714
24	Anadolubank A.Ş.	17.558	12.861	13.629	113	1.662
25	İstanbul Takas ve Saklama Bankası A.Ş.	16.709	157	0	1	298
26	Intesa Sanpaolo S.p.A.	14.212	11.116	6.215	1	28
27	Citibank A.Ş.	12.852	4.185	9.927	3	376
28	MUFG Bank Turkey A.Ş.	10.878	7.107	4.408	1	78
29	Arap Türk Bankası A.Ş.	4.958	1.730	2.456	7	274
30	Turkland Bank A.Ş.	3.901	2.318	3.105	17	357
31	Birleşik Fon Bankası A.Ş.	3.439	1.902	158	1	223
32	Nurol Yatırım Bankası A.Ş.	3.309	2.195	0	1	66
33	Deutsche Bank A.Ş.	2.742	1.042	1.533	1	106
34	Rabobank A.Ş.	1.734	771	0	1	33
35	Pasha Yatırım Bankası A.Ş.	1.726	1.061	0	1	56
36	Bank of China Turkey A.Ş.	1.677	568	76	1	39
37	Turkish Bank A.Ş.	1.465	1.096	1.027	11	188
38	Bank Mellat	1.023	69	549	3	49
39	BankPozitif Kredi ve Kalkınma Bankası A.Ş.	928	679	0	1	56
40	JPMorgan Chase Bank N.A.	699	0	88	1	52
41	Merrill Lynch Yatırım Bank A.Ş.	593	30	0	1	39
42	GSD Yatırım Bankası A.Ş.	328	280	0	2	38
43	Habib Bank Limited	221	71	102	1	21
44	Diler Yatırım Bankası A.Ş.	178	77	0	1	20
45	Société Générale (SA)	171	0	7	1	38
46	Standard Chartered Yatırım Bankası Türk A.Ş.	110	0	0	1	29
47	Adabank A.Ş.	60	0	0	1	27
	Toplam	**4.201.885**	**2.752.465**	**2.474.956**	**10.199**	**188.837**

Kaynak:TBB, 2020

2020 Mart ayında katılım bankalarında Tablo 2.2'ye göre toplam 16.200 personel ile Bankacılık sektörü ise 204.114 personel hizmet vermiştir. Katılım bankalarının personel sayılarındaki artış bir önceki çeyreğe oranla %1 artış gösterirken bankacılık sektöründeki personel sayısı bir önceki çeyreğe göre %0,3 azalmıştır. Bunun yanı sıra bankacılık sektöründe toplanan toplam fon tutarı 2020 yılı ilk çeyreğinde %8,9 artış göstererek 2.805.673 Milyon TL'ye ulaşmıştır. Aynı zaman diliminde katılım bankalarının toplam fon artışı %13,7 olarak gerçekleşmiş ve 245.524 Milyon TL'ye ulaşmıştır. Bankaların kârını etkileyen en büyük etken olan kullandırılan fonlara

baktığımızda da Türk Bankacılık sektörü 2019 yılı sonuna oranla %9,1 artışla 2.989.648 Milyon TL'ye ulaşmıştır. Aynı dönem için katılım bankaları incelendiğinde kullandırılan fon tutarı %16,1 artış göstererek 173.599 Milyon TL'ye ulaşmıştır. En net fark net kar tutarında göze çarpmaktadır; katılım bankaları 2019 yılsonuna oranla 2020 yılı ilk çeyreğinde %51,4 net kar artışı göstermiş ve 754 Milyon TL'ye ulaşmıştır. Aynı dönem için bankacılık sektörü net karlılıklarına baktığımızda %27,9 artış göstermiş ve 15.794 Milyon TL'de kalmıştır.

Tablo 2.2'ye göre 2019 yılına oranla 2020 yılı mart ayında Katılım Bankaları toplanan fonlar, kullandırılan fonlar ve toplam aktif bakiyesi gibi başlıca göstergeler olmak üzere Türk Bankacılık sisteminin gösterdiği artış oranından daha fazla artış göstermiştir. Tablo 2.2'ye göre Katılım Bankacılığının, Türk Bankacılık sisteminde daha yüksek tutarlarda çalışma potansiyeli vardır.

Tablo 2.2: Katılım Bankaları ve Bankacılık Sektörü Başlıca Finansal Büyüklükleri (Mio TL- Mart 2020)

	KATILIM BANKALARI			**BANKACILIK SEKTÖRÜ**		
FİNANSAL BAŞLIKLAR	Mar.20	Ara.19	2020/Mart -2019 (değişim %)	Mar.20	Ara.19	2020/Mart - 2019 (değişim %)
TOPLANAN FON	245.524	215.983	13,70%	2.805.673	2.576.404	8,90%
KULLANDIRILAN FONLAR	173.599	149.475	16,10%	2.989.648	2.739.736	9,10%
TOPLAM AKTİF	318.799	284.45	12,10%	4.873.004	4.491.708	8,50%
NET KÂR	754	498	51,40%	15.794	12.484	26,50%
PERSONEL SAYISI	16.200	16.040	1,00%	204.114	204.626	-0,30%
YURTİÇİ ŞUBE SAYISI	1.185	1.176	0,80%	Kas.27	11.Mar	-0,30%
YURTDIŞI ŞUBE SAYISI	3	3	0,00%	74	74	0,00%
TOPLAM	**1.188**	**1.179**	**0,80%**	**11.344**	**11.374**	**-0,30%**

Kaynak: TKBB, 2020

Türkiye Katılım Bankaları Birliği'nden alınan Tablo 2.3'e göre katılım bankaları 13.620.387 aktif müşteri sayısına ulaşarak 2017 yılına oranla %241,18 aktif müşteri artışı sağlamıştır. Benzer bir artış oranı (%124,24) da işlem hacminde elde edilmiştir. Bu iki oran da katılım bankalarının gelecekte daha etkin bir rol alacağını ve insanların bu bankalar ile çalışmayı arzuladıklarını göstermektedir.

Tablo 2.3: Türkiye'de faaliyet gösteren Katılım Bankalarının 2017 ve 2018 yıllarına ait İnternet Bankacılığı kullanan Müşteri ve işlem hacmi tutarları

İnternet Bankacılığı	2018	2019	ARTIŞ
Aktif Müşteri (Adet)	1.501.135	3.620.387	241,18%
İşlem Hacmi (Bin TL)	451.951.470	561.500.898	124,24%

Kaynak: TKBB, 2020

2.2.Türkiye'de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları

2.2.1.Kuveyt Türk Katılım Bankası

Kuveyt Türk, 1989 yılında Özel Finans Kurumu olarak kurulmuştur. Özel Finans Kurumları'nın faaliyetleri 1999 yılına kadar hem Bakanlar Kurulu hem de Merkez Bankası ve Hazine Müsteşarlığı'nın tebliğleri ile yürütülmüştür. Aralık 1999 ayı itibariyle diğer Özel Finans Kurumları gibi Kuveyt Türk de 4389 sayılı Bankacılık Kanunu'na tabi olmuştur. Mayıs 2006 ayında da unvanı, "Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş." olarak değiştirilmiştir (Kuveyt Türk, 2020).

Sermaye yapısı olarak incelendiğinde ise hisselerin %62,24'ü Kuwait Finance House'a (KFH), %18,72'si Türkiye Cumhuriyeti Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne, %9'u İslam Kalkınma Bankası'na, %1.04'lük kısmı ise gerçek ve tüzel kişilere aittir. Bankanın öz varlıkları 5.4 Milyar TL'nin üzerindedir (Kuveyt Türk, 2019).

Türkiye Katılım Bankaları Birliği'nin resmi internet sitesinden (http://www.tkbb.org.tr/) ve Tablo 1.2'de görüleceği üzere Kuveyt Türk aktif büyüklükte Mart 2020 itibariyle toplam 118 Milyar TL'yi aşmıştır. Toplam fon büyüklüğünde ise 98.8 Milyar TL'ye ulaşmıştır. Kullandırılan fon kısmında 2020 ilk çeyreğinde ise 2019 yılı ilk çeyreğine oranla %21'lik bir artış elde edilerek toplam 69.9 Milyar TL'yi aşmıştır. 2020 yılı ilk çeyrek verilerine göre toplam 434 şube ve 6020 personel ile müşterilerine hizmet vermektedir. 2020 yılı mart ayı itibariyle 315 Milyar TL kâr ederek kârlılığını bir önceki yılın aynı dönemine oranla %24 artırmıştır. Araştırmaya konu olan Çankırı ilinde ilk şubesini 2011 yılında açmıştır.

2.2.2.Türkiye Finans Katılım Bankası

Kurum 1991 yılında faaliyete geçmiştir. Yönetim Kurulu'nun 2005 yılında yapılan 1047 sayılı toplantısında Family Finans Kurumu A.Ş. birleşmesine karar verilmiştir.

Birleşme Family Finans Kurumu A.Ş'nin tüm aktif, pasif ve bilanço dışı yükümlülükleri ile birlikte Anadolu Finans Kurumu AŞ'ye devredilmesi ile gerçekleşmiştir. Her iki katılım bankasının 23 Aralık 2005 tarihinde yapılan genel kurullarının devre dair kararlarının tescil edilmesine BDDK'nın 28 Aralık 2005 tarih ve 1764 sayılı Kararı ile onay verilmiştir. Aralık 2005 ayında da bankanın ünvanı "Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş" olarak değiştirilmiştir (Türkiye Finans, 2019). Türkiye Finans'ın sermaye yapısı ise; %67.03 The National Commercial Bank'a, %10,57 Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş.'ye, %22,40 diğer küçük paylı hissedarlardan oluşmaktadır.

Tablo 1.2'de görüleceği üzere Türkiye Finans'ın toplam toplanan fon tutarı 46.7 Milyar TL'dir. Kullandırılan fon tutarı ise 37.3 Milyar TL'dir. Toplam aktifi ise 2020 yılı ilk çeyreğinde bir önceki yıla oranla %14 artış göstererek 59.6 Milyar TL'yi geçmiştir. Toplam 310 şube ve 3480 personel ile müşterilerine hizmet vermektedir. Türkiye Finans Katılım Bankası 2020 yılı ilk çeyreğinde toplam 118 Milyar TL kâr elde ederek kârlılığını %119 artırmıştır.

2.2.3.Albaraka Türk Katılım Bankası

Albaraka Türk Katılım bankası 1985 yılında faaliyete başlamıştır ve faaliyetlerini 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'na tabi olarak sürdürmektedir. Sermaye yapısı olarak Orta Doğu Menşeli Albaraka Bankacılık Grubu (ABG) %54'üne sahiptir. Diğer ortakları ise %25,23 oranında halka açık olup, %7.84 İslam Kalkınma Bankası, %3.84 Alharthy Ailesi, %0.64 gerçek ve tüzel kişilerdir (Albaraka Türk, 2019).

Tablo 1.2'de görüldüğü üzere 2020 yılı mart ayı itibariyle Toplanan Fon toplam 43.2 Milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Toplam 55.5 Milyar TL Aktif büyüklüğe ulaşan banka 230 Şube ve 3717 Personeli ile müşterilerine hizmet vermektedir. 2020 yılı mart ayı itibariyle 12 Milyar TL kâr ederek kârlılığını bir önceki yılın aynı dönemine oranla %56 azalmıştır. Araştırmaya konu olan Çankırı ilinde Katılım Bankacılığı faaliyetini 2014 yılında açtıkları şube ile devam ettirmektedir.

2.2.4.Vakıf Katılım Bankası

2015 yılında kurulmuş olan katılım bankasıdır. Sermaye yapısı olarak %99'u Türkiye Cumhuriyeti Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne aittir. Geri kalan %1'lik hisse ise eşit paylar halinde olmak üzere şu vakıflara aittir; Beyazid Han-ı Sani (II.Beyazıt Vakfı), Mahmud Han-ı Evvel Bin Mustafa Han(I.Mahmut Vakfı), Mahmud Han-ı Sani Bin Abdülhamid Han-ı Evvel(II. Mahmut) Vakfı ve Murad Paşa Bin Abdusselam(Murat Paşa) Vakfı'dır (Vakıf Katılım, 2019).

Tablo 1.2'de görüldüğü üzere Mart 2020 itibariyle toplam 34 Milyar TL'yi aşmıştır. Mesela Toplam fon büyüklüğü 25 milyar TL'ye ulaşan banka günümüzde 106 şube ve 1395 personelle müşterilerine hizmet vermektedir. (Vakıf Katılım, 2020). Vakıf Katılım Bankası 2020 yılı ilk çeyreğinde toplam 142 Milyar TL kâr elde ederek kârlılığını %171 artırmıştır.

2.2.5.Ziraat Katılım Bankası

2015 yılında kurulmuştur. Sermaye Yapısı ise %99 T.C. Ziraat Bankası A.Ş. ve kalan %1'lik kısım da eşit paylar olmak üzere Ziraat Sigorta A.Ş., Ziraat Hayat ve Emeklilik A.Ş., Ziraat Teknoloji A.Ş., Ziraat Menkul Değerler A.Ş.'dir (Ziraat Katılım, 2019).
Tablo 1.2'de görüleceği üzere Ziraat Katılım Bankası aktif büyüklükte Mart 2020 itibariyle toplam 39 Milyar TL'yi aşmıştır. Toplam fon büyüklüğünde ise 28 Milyar TL'ye ulaşmıştır. Kullandırılan fon tarafında toplam 31 Milyar TL'yi aşan banka 96 şube ve 1171personel ile müşterilerine hizmet vermektedir. 2020 Mart ayı itibariyle 113 Milyar TL kâr elde etmiştir.

2.2.6. Emlak Katılım Bankası

Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatları doğrultusunda, 3 Haziran 1926 tarihinde Emlak ve Eytam Bankası olarak Ankara'da kurulmuştur. Bankanın kuruluş amacı halkın inşaat teşebbüslerini desteklemek, gerekli kredileri sağlamak ve yetim haklarını korumak olarak belirlenmiştir. Banka, 1 Eylül 1946 tarihinde yeniden yapılandırılmış ve bu tarihten sonra Türkiye Emlak Kredi Bankası Anonim Ortaklığı unvanını almıştır. 6 Ocak 1988 tarihi itibarıyla Anadolu Bankası A.Ş. ile birleştirilmiş, Türkiye Emlak Bankası A.Ş. unvanını almıştır. BDDK'nın 6 Temmuz 2001 tarihli Kararı doğrultusunda Türkiye Emlak Bankası A.Ş., aktif ve pasifleri ile Türkiye Cumhuriyeti

Ziraat Bankası A.Ş.'ye devredilmiştir. 18 yıldır tasfiye halinde olan banka 10 Eylül 2018 tarihinde Türkiye Emlak Katılım Bankası A.Ş. olarak tescil edilmiştir (Katılım Dünyası, 2019).

Banka'nın sermayesi 750 milyon TL olup, %99,99'u Hazine ve Maliye Bakanlığı'na aittir. Sermayenin Hazine ve Maliye Bakanlığı'na ait olan kısmı Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından temsil edilmektedir. Emlak Katılım Bankası günümüzde 12 Şube ile müşterilerine hizmet vermektedir (Katılım Dünyası,2019).

Tablo 1.2'de görüleceği üzere Emlak Katılım Bankası aktif büyüklükte Mart 2020 itibariyle toplam 11 Milyar TL'yi aşmıştır. Toplam fon büyüklüğünde ise 7 Milyar TL'ye ulaşmıştır. Kullandırılan fon tarafında ise toplam 6.9 Milyar TL'yi aşmıştır.

2.3. Katılım Bankalarında Fon Toplama Yöntemleri

Katılım bankaları da diğer kurumlar gibi müşterilerinin birikimlerini Türk lirası ve Amerikan doları, Euro gibi konvertibl döviz cinsiyle açılan döviz tevdiat ya da altın, gümüş gibi kıymetli maden hesaplarında değerlendirmesi mümkündür. Fon toplama yöntemleri olarak Cari Hesaplar, Vadeli Hesaplar ve Sukuk ürünleri aşağıda incelenmiştir.

2.3.1. Cari Hesaplar

Bu hesaplar genellikle TL cinsinden olup, döviz cinsinden de olabilir. İstenildiği zaman hesaptaki bakiyeyi çekebilme özelliğine sahip bu hesaplarda müşteri herhangi bir gelir elde edememektedir. Gerçek ve tüzel kişilere açılabilen bu hesapların banka açısından en büyük dezavantajı müşterinin ne zaman mevduatın çekeceğinin bilinmemesidir. Ancak, cari hesaplarda bulunan bakiyelere kâr payı verilmemesi sebebi ile banka için en kârlı hesap türüdür.

Cari hesaplar, hesapta durduğu süre boyunca banka tarafından kâr payı ödemesinin yapılmadığı, istenildiği zaman çekilen hesaplardır. Kısacası kar-zarar katılım işleyişine dahil olmayan hesaplardır (Battal, 1999:110).

Cari hesaplar, faizli bankalardaki vadesiz mevduat hesabına benzer hesaplardır. Ticari bankalar vadesiz mevduat hesaplarındaki bakiyelere az da olsa faiz geliri yansıtılabilir fakat; katılım bankaları cari hesaplara kâr payı ödemesi yapmaz. Katılım bankaları cari hesaplara yatırılan fonları fon kullandırımında kullanabilir ve kazanç elde edebilir. Kısacası cari hesaplar üzerinden elde edilen kâr veya zarar bankaya aittir (Aktepe, 2010:72).

Cari hesap türü katılım bankaları ve faizli bankalarda açılabilen hesap türüdür. Hesap sahibi hesapta bulunan bakiyeyi istediği zaman çekme hakkına sahiptir. Bu hesapların hesap sahibine herhangi bir getirisi yoktur (Tosun, 2000).

2.3.2. Katılım Hesapları

Katılım hesapları kâr veya zarara katılım esasına dayanır. Bunun anlamı, müşterinin bankanın kârına ya da zararına ortak olmasıdır. En az 30 günlük olmak şartıyla vadeli olarak da açılabilmektedir. Katılım bankalarının bu süre zarfında mevduata verdikleri kâr oranı belli olmayıp müşterilere referans bilgi sunabilmek amacıyla bir ay önce dağıtılan kâr payı oranları örnek olarak gösterilmektedir. İşleyişte farklılıklar olmakla birlikte bazı katılım bankalarında vade ortasında katılım hesaplarından para çekmek de mümkündür. Bu durumda banka, müşteri hesabına vade sonundaki bakiyeye kadar olan kısmı için kâr payı ödemesi yapmaktadır.

Katılım hesaplarında, tüm fon sahiplerine ait tutarlar bir havuzda tutularak banka tarafından fon olarak kullandırılmaktadır. Söz konusu fon kullandırım neticesinde elde edilen kâr veya zarar vade sonunda kendi payı oranında hesaba aktarılır. Dolayısıyla hesaba gelen para içerisine bankanın söz konusu vade içerisindeki kârı olduğu gibi zararı da yansıtılmış olur (Battal, 1999:129).

Katılım hesapları; birikimlerini kâr-zarar esasına göre kıymetlendirerek, çeşitli ticari olaylara aracılık etmek isteyen gerçek kişi ve kuruluşların tercih ettiği hesap çeşididir. Söz konusu hesaplarda kâr payı garantisi, hatta ana para garantisinin olmaması bu hesaplardaki bakiyelerin risk sermayesi adıyla tanımlanmasına neden olmuştur. Katılım hesaplarının vadeleri de şöyledir; 1 ay, 3 ay, 6 ay, 9 ay, 12 ay ve 1 yıldan uzun vadeli olarak açılabilir (Tunç, 2010:191).

2.3.3. Sukuk

Sukuk, Arapçada "sertifika" kelimesinin çoğul halidir. Kökeni İslamiyet'ten önceki zamanlarda Arabistan yarımadasında uygulanan ticari teammüllere dayanmaktadır. Modern ekonomilerde ise faiz esası ile çalışmak istemeyen kesimin ihtiyaçlarını karşılamak üzere yatırım taleplerini karşılamak üzere uygulanan sermaye piyasası aracıdır (Serpam, 2013).

Son yıllarda finans dünyasında oldukça revaçta olan bir uygulamadır. Kelime olarak "Finansal Sertifika"nın Arapçasıdır. Sukuk, en basit haliyle bir varlığa sahip olmayı veya ondan yararlanma hakkını göstermektedir. Sukuk, ilgili varlığın değeriyle orantılı oluşturulan sertifikalar aracılığıyla varlığın mülkiyetinin geniş yatırımcı kitlesine transfer edildiği bir süreçtir. Yatırımcılar bu mülkiyetten kira getirisi elde etmektedir. Banka da dolaylı yoldan mevduat kazanımı sağlamaktadır. Özetle sukuk, mudilerin kira getirisi olan bir mülkü toplanarak satın alması ve kiracıdan sabit getirili bir gelir elde etmesi sistemidir.

Kira sertifikası veya sukuk, SPK'nın 61. Maddesinde 2012 yılında; "Her türlü varlık veya hakkın finansmanını sağlamak amacıyla, varlık kiralama şirketleri tarafından ihraç edilen ve sahiplerinin bu varlık veya haklardan elde edilen gelirlerden payları oranında hak sahibi olmalarını sağlayan, nitelikleri Kurulca belirlenen sermaye piyasası araçları" olarak yasalaşmıştır.

İslamiyette faizin yasaklanması ile fon ihtiyacı olan kesimin ihtiyacının karşılanması, faize yatırım yapmak istemeyen fon fazlası sahipleri için faiz esasına göre çalışmayan bir sisteme ihtiyaç duyulmuştur. İslami usullere göre işlem gören finansal varlıkların sermaye piyasasında ilk işlem gördüğü ülkeler; Körfez ülkeleri, İngiltere ve Malezya'dır (Özsoy, 2013).

Kira sertifikaları, değişken veya sabit gelirli olmak üzere yurt içi ve yurt dışı piyasalarda talep görmektedir. Özellikle Arap yarımadasındaki kuruluşlara ve yatırımcılara yüksek miktarlarda satılmaktadır. Kira sertifikaları düzenli periyotlarda sağladıkları geliri olması ve ikincil piyasalarda da işlem görmesi sebebi ile likiditesi yüksek bir sermaye piyasası aracı olarak tanımlanabilir (Özeroğlu, 2014).

Tablo 2.4: Yıllar itibariyle Katılım Bankalarının Sukuk İhraç Hacimleri ve Bankalara Ait Gerçekleşmeler (Milyon TL)

2012	-
2013	520,112,773.23
2014	870,118,050.41
2015	2,574,091,000.00
2016	3,358,613,800.00
2017	7,208,000,000.00
2018	20,537,874,047.00
2019	40,483,695,953.00
2020 HAZİRAN	21,422,000,000.00
Toplam	**96,974,505,623.64**
Banka	**Yüzde**
Kuveyt Türk	20.56%
Vakıf Katılım	20.56%
Albaraka Türk	19.52%
Türkiye Finans	19.29%
Ziraat Katılım	19.08%
Bank Asya	0.67%
Toplam*	**99.69%**

*Katılım bankaları, iştiraki olan varlık kiralama şirketleri üzerinden piyasaya 1.698 Milyon TL tutarında fon sağlamıştır. Söz konusu rakam hesaplamalara dâhil edilmemiştir. Kaynak:TKBB, 2020.

2.3.4. İslami Sigortacılık (Tekafül)

Sigorta, bir kimse veya kuruluşun belli bir ücret karşılığında bir değeri teminat altına almasıdır. Tekafül kelimesi Arapça kökenli bir kelime olup, Türkçe karşılığı "dayanışma" anlamına gelmektedir. Sistemin amacı benzer risk grubundaki risk sahiplerini bir araya getirerek karşılaşılan tehlikelerde zararı en aza indirmek ve hasarlarının telafisini sağlamaktadır. Bu sistemde, amaç kâr elde etmek değil, bir riskin başkası adına üstlenilmesi prensibi ile müşterek garantinin sağlanmasıdır.

Katılımcılar belirli bir risk için ödedikleri paralarla bir birikim fon havuzu oluştururlar. Bu fon, riskin meydana gelmesi durumunda ilgili katılımcıya zararının karşılanması için finansman sağlar. Fondaki para miktarını yetersiz kalması durumunda,

katılımcılardan ilave para alınır. Risk süresi sonunda fondaki para fazla gelirse, bu miktar katılımcılara iade edilir. Tekâfül sigortada, katılımcılardan alınan paralarla oluşan fon ile tekafül sigorta şirketinin sermaye sahiplerinin paralarını yansıtan fonlar ayrı ayrı tutulur. Bu çalışma mantığı sebebi ile tekafül sigortanın, mütüel sigorta ya da kooperatif sigorta denilen sigortacılık türü ile çok benzer olduğu söylenebilir (Tekafül Sigorta, 2020).

Tablo 2.5'e göre Türkiye'de tekafül sistemi ile sigortacılık faaliyeti gösteren toplam 8 şirket vardır. Bu şirketlerin en büyük pazar payına sahip olan iki şirket sektörün %89'una eşittir. Bereket Sigorta 2017 yılında ihale ile TMSF'den devralınmıştır. Ortaklarının hisse dağılımı da şöyledir; Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği %81,83, Tarım Kooperatifleri ve Birlikleri Personeli Sosyal Yardım Vakfı %9,9, diğer%8,27, (Bereket Sigorta, 2020). Neova sigorta ise 2009 yılında kurulmuştur ve %110 Kuveyt Türk hissedarıdır (Neova, 2020).

Tablo 2.5: Türkiye'de İslami Sigortacılık (Tekafül) Yapan Şirketler

Sıralama	Şirket Adı	Pazar Payı %
1	Bereket Sigorta AŞ	49%
2	Neova Sigorta AŞ	40%
3	Doğa Sigorta AŞ	9%
5	Ziraat Sigorta AŞ	1%
7	HDI Sigorta AŞ	0%
8	Unico Sigorta AŞ	0%
SEKTÖR TOPLAMI		100%

Kaynak: Bereket Emeklilik, 2020

Tablo 2.6'ya göre Türkiye'de İslami sigortacılık esaslarına göre Hayat ve Emeklilik poliçeleri kesen 4 adet şirket vardır. Bu şirketlerden en yüksek pazar payı olan iki şirket (Bereket Emeklilik ve Hayat ve Katılım Emeklilik ve Hayat) piyasanın toplamda %97'sine eşittir. Bereket Hayat ve Emeklilik 2011 yılında kurulmuştur. Ortaklık yapısı da Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği %89,09, Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Personeli Sosyal Yardım Vakfı %9,9 ve diğer %1.01 şeklindedir (Bereket Emeklilik, 2020).

Katılım Emeklilik ve Hayat AŞ 2013 yılında kurulmuştur. Ortaklık yapısı Al Baraka Türk Katılım Bankası A.Ş. %50 ve Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. %50 şeklindedir (Katılım Emeklilik, 2020).

Tablo 2.6: Türkiye'de İslami Sigortacılık (Tekafül) yapan Hayat ve Emeklilik Şirketleri

Sıralama	Şirket Adı	Pazar Payı %
1	Bereket Emeklilik ve Hayat AŞ	67%
2	Katılım Emeklilik ve Hayat AŞ	30%
3	Ziraat Hayat ve Emeklilik AŞ	2%
4	Vakıf Emeklilik ve Hayat AŞ	1%
SEKTÖR TOPLAMI		100%

Kaynak: Bereket Emeklilik, 2020

2.4. Katılım Banklarının Fon Kullandırma Yöntemleri

2.4.1. Nakdi Krediler

Reel Sektör ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla nakdi olarak sunulan fonlama yöntemleri aşağıda belirtilmiştir.

2.4.1.1. Murabaha: Alım satımında dini açıdan yasak bulunmayan bir ürünün peşin olarak katılım bankası tarafından satın alınıp, vadeli fiyatına banka müşterisine satma işlemidir. Örneğin; konut finansmanında banka müteahhitten daireyi peşin fiyatına satın alır, vadeli olarak kendi müşterisine satar. Bu işlemden elde ettiği kâr da bankanın kâr havuzunda birikerek mevduatını yatıran müşterilerine payları oranında dağıtılır (Yılmaz, 2010).

Katılım bankasının, bedelini peşin ödeyerek satın aldığını ürünü, belirli bir miktarda kâr ekleyerek müşterisine vadeli olarak satma yöntemidir. Katılım bankalarında nakit kredinin hesaba geçmesi söz konusu olmadığı için tacirin talebiyle katılım bankası ürünü satın alır ve başta konuşulan tutar üzerinden vadelendirerek müşterisine satar (Dağ, 2011).

Katılım bankası, fon talebi olan gerçek kişi veya kuruluşlar ile yapacağı anlaşmaya bağlı olarak ihtiyaç duyulan emtia, gayrimenkul, araç, makine veya hizmet tutarını

satıcıya peşin ödeyerek fon ihtiyacı olan gerçek kişi veya kuruluşu borçlandırır. Kısaca fon ihtiyacının karşılanmasıdır. Türkiye'de katılım bankalarında en yaygın olarak kullandırılan fon kullandırım sistemi murabahadır. Fon ihtiyacı olan kişi veya kuruluşun baştan ürüne ödeyeceği vade farkını bilmesi maliyet hesabını daha iyi yapmasına katkı sağlar (Gödeş, 2016).

Murabaha işleyişinde katılım bankası ile fon ihtiyacı olan kişi veya kuruluş arasındaki anlaşmaya göre bankanın sabit bir gelir elde etmesi faizle karışmasına sebep olsa da murabaha işleyişinde direkt olarak mal ticareti yapmakta ve bu ticaretten elde ettiği gelir de ticari gelir sayılmaktadır. Murabaha sözleşmesinde aşağıdaki özellikler yer almalıdır;

- Fon ihtiyacı olan müşteri fonlanan ürünün gerekli kalitede olmaması halinde ürünü iade etme hakkına sahiptir. Bu madde fon ihtiyacı karşılanan müşterinin ürünü görme şansının olmadığı ve banka tarafından tedarik edildiği ürünler için geçerlidir.
- Banka ürün temininde oluşabilecek fazladan masrafları önceden belirlemelidir. Fon ihtiyacı sahibinin ihtiyacına göre malı temin eder.
- Banka ürün maliyetini ve bağlı olan tüm masrafların detaylarını satış fiyatında ayrıca göstermelidir.
- Müşteri, murabaha anlaşmasında ürünü satın alacağını beyan eder; fakat ithal edilen ürünün gümrükten teslim alınması müşteriden talep edilmemelidir. Bu madde ile müşterinin fazladan masraf ödemesini ve ihracat prosedürleri ile vakit kaybetmesini engeller.
- Ürün müşteriye teslim edilene kadar banka ürün üzerinde hak sahibidir.
- İthal ürünlerde gümrük ve vergiler uygulanan ülkelerde katılım bankasının kârı ürünün satın alındığı bedel içerisinde gösterilmektedir. Bu uygulama ise ürünün fiyatını müşteri için artırmaktadır. Bu sebepten dolayı gümrüğe tabi olan ülkelerin ürünlerin ithalatında murabaha işlemleri beklenen düzeyde değildir (Darçın, 2007).

2.4.1.2. İcara (Finansal Kiralama): Piyasada bilinen adıyla Leasing işlemidir. Bir işletme veya şahsın diğerine daha önceden anlaşılmış taksitleri ödemesinin ardından mülkiyetinin taksitleri ödeyen kişiye geçirmek amacıyla bir ürünü belirli bir ücretin

ödeyerek kiralanması şeklinde ifade edilebilir. Türkiye Cumhuriyeti devletinin leasing işlemlerinde bazı KDV istisnaları uygulaması bu işlemi yaygın hâle getirmiştir. Örneğin bir işletmenin üretimde kullanmak üzere bir makine temin etmek istemesinde kullanılabilir. Ürüne ait taksitler bitene kadar malın kullanma hakkı müşteride olup sahipliği banka adınadır. Taksitler bittikten sonra bağlı bulunan Ticaret Sanayi Odası'ndan müşteriye devri gerçekleştirilir.

İcara ve finansal kiralama işlemleri birbirine çok benzemektedir. Birbirlerinden ayrıldıkları en büyük nokta kiralanan ürünün kullanılma şartı aranması hususunda farklılık göstermektedir. Bunun yanı sıra katılım bankalarının icara temelli işleyişinin tüm dünya tarafından leasing adıyla bilinen işlemlerden farkının olmadığı düşünülmektedir (Özbay, 2014).

2.4.1.3. Selem: İslam dininin ilk dönemlerinden bu yana bilinmektedir. Çiftçi bireyler hasat döneminde elde edecekleri ürünü ekim yapılırken satar ve fon ihtiyaçlarını giderir. Sadece tarım ürünlerine yönelik bir satış türü değildir. Alışılagelmiş ticari kurallara göre vade süresi bir yıldır. Banka işleyişinde de ürünün mülkiyeti bankaya geçmediği sürece alım satım yapamaz ve satarken ürün fiyatı piyasa fiyatından fazla olamaz (Özbay, 2014).

Selem bir ürün veya hizmetin bedeli peşin ödendikten sonra teslimatının ileri bir vadede yapılmasıyla yapılan satış yöntemidir. Banka gelecek bir tarihte üretilecek bir ürünün parasını peşin olarak öder; fakat ürünü satabilmek için vadesini yani üretilmesini beklemek zorundadır (Serpam, 2013).

2.4.1.4. İstisna: İstisna, üreticinin siparişe göre imâl edilmiş bir malı belirli bir yerde teslim ederek belirli bir fiyata satmayı taahhüt ettiği sözleşme türüdür (Yılmaz vd, 2017).

Bankacılık sisteminde istisnanın uygulanması ise selem sistemine benzemektedir. Alınacak ürünün üretilecek olması, ürün bedelinin ileri bir tarihte veya parça parça ödenecek olması gibi konularda selemden farklıdır (Çobankaya, 2014).

2.4.1.5. Mudaraba: Emek ve sermayenin bir araya gelmesi ile yapılan sözleşmelerdir. Bankanın sermayesini katarak dahil olduğu sisteme müşteri de emeğini katarak bir gelir elde edilir. Elde edilen gelir başta anlaşıldığı oranda kendi aralarında paylaşılır. Örneğin sermayesi banka tarafından finanse edilmiş bir işletme başka bir kurum tarafından işletilir ve elde edilen gelir paylaşılır.

Mudaraba, bir tarafın (girişimci olarak anılan) bilgi, emek ve tecrübelerini ortaya koyduğu, diğer tarafın ise (katılım bankası) sermayesini ortaya koyarak yaptıkları ticari işlem olarak adlandırılabilir. Söz konusu yöntemde finansman kullanan kişiye veya kuruma "Mudarib", finansman desteği sağlayan kişi veya kuruma "Rabbul-mal" denir. Rabbul-mal konumunda olan banka, müşterisi yani mudarib ile sözleşme imzaladıktan sonra söz konusu sermayeyi mudaribin emrine göre hazır bulundurmak zorundadır. Katılım bankası, söz konusu ürün veya hizmet üzerinde herhangi bir zarar riski meydana gelmediği sürece hüküm bildirmek veya girişimde bulunmak yetkisine sahip değildir (Özbay, 2014).

Sermayenin mudarib olan tarafın kullanımına bırakılmasından sonra İslami hukukunun emanet esaslarına tabi olur. Sözleşmenin herhangi bir sebepten dolayı zarar görerek bozulması durumunda mudariba emeğinin karşılığı rabbul-mal tarafından ödenir. Meydana gelen bir zarar veya masrafların ödenmesi ise kârdan düşülerek paylaşılır veya kâr yeterli olmaz ise sermayeden karşılanır (Akyüz, 2000).

Mudaraba işlemi sonucunda kâr elde edilmiş ise; kâr sermayeder sıfatı taşıyan katılım bankası ve fon ihtiyacı olan mudarib tarafından işlemin en başında anlaşılan oran üzerinden pay edilir (Özbay, 2014).

Mudaraba, girişimcinin emeğini ve bankanın da sermayesini birleştirerek ticari bir işlem yapmaları ve bunun sonucunda oluşacak olan kâr ve zarar prensibine dayanan ortaklıktır (Yılmaz vd, 2017).

2.4.1.6. Müşaraka: Girişimcinin, İslami bankaya ticari bir fikir ileterek sermaye talep etmesiyle birlikte girişimcinin kendi emeği ve belirli bir tutarda sermayesini koyması ile müşaraka yerine getirilir. Mudarabadan farkı, girişimcinin emeğine ek olarak bir

miktar sermaye ile ortak olmasıdır. Bu girişimler iki ortağın kuvvetin ve itimadın birleşmesi ile oluşur. Ortakların sermaye içerisindeki payları eşit veya farklı dağılımlarda olabilir (Güneş, 2002).

2.4.1.7. Karz-ı Hasen: Sözlük anlamı 'Güzel Borç'tur. Karşılığında bir beklenti olmadan borç vermek demektir. Bir nevi yardımlaşmadır. Bankanın kâr amacı yoktur.

Ekonomik olarak problem yaşayan bir insana, sıkıntılarını gidermesi için verilen ve karşılık beklenmeden, yardım amaçlı borç vermektir. Karz-ı hasen uygulamasında vade önceden konuşup kararlaştırılabilir; fakat borçlu borcunu daha önce ödeyebilir veya alacaklı alacağını talep edebilir, yani vade zorunlu şart değildir (Aktepe, 2013:20).

Katılım bankalarının müşterilerinin genellikle acil durumlarda kullanmaları için tahsis ettiği, bankanın herhangi bir gelir elde etmediği yardım amaçlı kullandırdığı finansmanlardır. Borç vadesinde taksit sayısı bir veya birden fazla olabilir (Kaya, 2013).

2.4.2.Gayri Nakdi Krediler

Gayri Nakdi krediler bir kurum veya kuruluşa hitaben hazırlanan ve belirli bir taahhüdün, edinimin belirlenen süre ve şartlar uyarınca yerine getirileceğini taahhüt eden ve taahhüt yerine getirilmez ise söz konusu bedelin banka tarafından ödeneceğini garanti eden belgelerdir. Bu belgeler;

2.4.2.1. Akreditif

Katılım bankalarının, dış ticaret ile uğraşan işletmelerin gerçekleştireceği uluslararası ürün sevkiyatına ait tahsilatların gerçekleştirilmesi amacıyla müşteriler yararına akreditif kullandırır (Yahşi, 2014).

Uluslararası ticarette alıcının talebi ile hazırlanan, bankanın düzenlediği belgede alıcı tarafından detayları belirtilmiş ürün veya hizmete ait belgelerin ibrazı ile satıcıya ödeme yapılması taahhüdüdür (Erdemol, 1993:65).

Akreditif ödeme sistemi ithalatçı ve ihracatçının güvenilirliğinin yanı sıra bankanın da garantörlüğü sağlanarak bir tarafın akreditif şartlarını yerine getirmesi ile diğer tarafın zarara uğramadan ticaret yapmasını taahhüt eden sistemdir (Turhan, 2010:100).

2.4.2.2. Teminat Mektupları

Teminat mektubu sahibi işletmenin mektubun muhatabı olan kişiye karşı üstlendiği bir edinimin ifa edilmesini garanti ederek, edinimin yerine getirilmemesi hâlinde koşulsuz ve şartsız olarak mektup tutarı kadar ödeme yapacağını bildiren gayri nakdi üründür (Takan, 2002:272).

2.4.2.3. Referans Mektubu

İşletmelerin talepleri üzerine bankalar tarafından hazırlanan ve bankayı herhangi bir taahhüt vermediği sadece söz konusu bankadaki kredi limit bilgilerini içeren mektup türüdür (Kaya, 2013).

2.4.2.4. Aval ve Kabul Mektupları

Aval, emre yazılı bir senette veya bir poliçede bulunanlar ödemese bile senede ait tutarın senet hamiline ödemek üzere üçüncü bir kişinin verdiği teminattır. Aval olan kişi söz konusu borca kefil olduğu kişi derecesinde sorumludur (Kaya, 2013).

2.5. Katılım Bankalarının Diğer Bankacılık Faaliyetleri

Katılım Bankaları Nakdi ve Gayri Nakdi Kredi ürünleri ve Fon toplama ürünleri dışında diğer bankaların vermiş olduğu bazı hizmetleri de müşterilerine sunmaktadır. Bu hizmetler;

-Kredi Kartı vermek
-Fatura, Vergi, SGK gibi kurum ödemeleri yapmak
-Döviz alım-satım işlemleri yapmak
-Yurt içi Perakende Ödeme Sistemi (PÖS) işlemlerini yapmak
-Yurt dışı para transferini gerçekleştirmek
-Çek vermek
-Çek ve senet tahsili yapmak
-Kiralık kasa hizmeti vermek
-Sigorta aracılık hizmetleri gibi faaliyetlerdir.

2.6. Katılım Bankacılığının Türkiye Ekonomisine Katkıları

İslamiyet'in yayılması ile o devirde sürdürülen bankacılık işlemleri de İslamiyet'e uyum sağlamış ve günümüzdeki katılım bankacılığının ilk temelleri atılmıştır. Söz konusu kavramlar ilerleyen yıllarda daha geniş bir coğrafyada uygulanır hâle gelmiştir (Özkan, 2012).

Katılım bankaları kayıt dışı ticaretin kayıt altına alınması, gelir dengesizliğini engellemesi, üretime destek olarak ülke ekonomisinin gelişmesine katkı sağlaması, başta KDV olmak üzere birçok verginin ödenmesini sağlayarak kamu maliyesine destek olması ve istihdam sağlaması gibi konularda Türkiye ekonomisinin gelişmesini sağlamaktadır (Özbay, 2014).

Günümüzde ülke ekonomilerindeki enflasyon, dengesiz fiyat politikasına sebep olmaktadır. Türkiye'nin de başlıca problemleri arasında yer alan enflasyona arz-talep arasındaki dengesizlikler yol açmaktadır. Yapısı itibariyle üretime teşvik eden katılım bankaları enflasyonu azalttığı gibi ülke çapında istihdamın da artmasına doğrudan veya dolaylı olarak katkı sağlamaktadır (Tenekeci, 2017).

Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları piyasada daha aktif rol almalıdır. Katılım bankalarının toplam bankacılık sistemi içerisindeki oranı %5-6 seviyelerindedir. Söz konusu yüzdelik oranlardan sonra büyümek için katılım bankalarının daha yenilikçi ürünler ve fiyatlama politikalarına önem vererek faiz hassasiyeti olmayan müşterilere de ulaşması gerekmektedir (Emeç, 2014).

Bireylerin üretime yönelik hiçbir faaliyette yer almadan kolayca gelir elde etmesi ülke çapında girişimci insanların körelmesine, ekonominin yavaşlamasına neden olabilmektedir. Buna karşın fon fazlalarını katılım bankalarına yatıran ve üretim sürecine dahil olan insanlar, girişimcilere yani yeni buluşlara, projelere fon desteği sağlamış olacaklardır (Gudil, 2007).

Türkiye bankacılık ve finans sisteminde etkinliği gün geçtikçe artan katılım bankaları son yıllarda önemli gelişmeler göstermiş, hızlı bir büyüme ivmesi yakalamıştır. Piyasanın ihtiyaç duyduğu ürünleri tespit edip bunlara yönelik yenilikçi ürünler üreten,

tüm Türkiye'ye de bulunan şubeler aracılığıyla hizmet veren katılım bankaları özellikle reel sektörün gelişmesi vesile olmuştur. Fakat; katılım bankalarının Türk bankacılık sisteminde elde ettiği oran, hedeflenen oranın çok altında olduğunu göstermektedir (Pehlivan, 2016).

Reel sektörün gelişmesi ülke ekonomilerinde istikrarın bir göstergesidir. Ülke kaynaklarının verimli bir şekilde değerlendirilebilmesi için reel sektör desteklenerek büyümenin yolunun açılması gerekmektedir. Bu destek de katılım bankaları aracılığıyla sağlanabilir (Ustaoğlu, 2014).

İslami bankalar ürün çeşitliliğini artıran Türk bankacılık sistemine geniş bir yelpazede hizmet sunan kuruluşlar olarak bilinmektedir. Katılım bankları, ticaret mantığıyla çalışan finansman şekilleri ve fon toplama yöntemleriyle piyasada rekabet etmekte oldukları finansman maliyetlerini aşağı çekerek yatırımların hacmini artırmıştır (Doğan, 2008).

İslami kurallara göre çalışan katılım bankaları, bireylerin veya kuruluşların fon ihtiyacını sadece alım-satım işlemi üzerinden gerçekleştirmektedir. Söz konusu alım-satım işlemleri de sınırlı sayıda olan kaynakların daha verimli ve tamamen reel sektöre yönelik olarak kullanılmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla; kullandırılan fon tutarları ekonomi içerisinde doğrudan yatırıma ve üretime dönüşmektedir. Yatırıma dönüştürülen kısım dolaylı yoldan orta vadede istihdam sağlamaktadır (Ustaoğlu, 2014).

Kamu maliyesinde birçok probleme neden olan kayıt dışı ekonomi, katılım bankalarımın faaliyet göstermesi ile önemli ölçüde düşmektedir. Çünkü; katılım bankaları kayıtlı olmayan ve faturası olmayan hiçbir işleme fon desteği sağlamamaktadır. Bireysel fon kullandırımında; gayrimenkul ve araç alımlarında mutlaka ürüne bağlı olması, işletmelere fon kullandırım işleminde ise hammadde ve teçhizat işlemlerinde ürün faturası ile ödeme yapıldığından kayıtlı ticaret yapılmaktadır. Bu ödemeler sonucunda da devlet vergi geliri elde etmektedir (Polat, 2015).

Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının genellikle yabancı sermayeli olması, sermaye sahibi ülkeler ile iyi ticari bağlar kurmamıza vesile olmuştur. Körfez ülkelerindeki fonların Türkiye'ye getirilmesi ülkedeki yüksek getiriden faydalanmalarını sağlamıştır (Özbay, 2014).

Katılım bankaları, sağladıkları destek ile işletmelerin faaliyetlerini devam ettirmelerine ve gelişmelerine katkı sağlamaktadır. Fon kullandırım sayesinde oluşan yatırımların yeni istihdam alanları açması, katılım bankalarının istihdam ve ülke ekonomisindeki işsizliğe olumlu etkisini göstermektedir (Polat, 2015).

İslami bankalar, fon toplarken müşterilerine sabit bir tutar belirtmedikleri için kaynaklarını da mevcut duruma göre piyasaya sunma imkanları vardır. Dönemsel geçişlerde bu özelliklerinden dolayı kişilere ve kuruluşlara daha ucuz maliyetli fon desteği sağlayabilmektedirler (Ustaoğlu, 2014).

2.7. Katılım Bankalarının Güçlü Yönleri

Türkiye'de ve dünyada faizsiz finans kurumlar, sağlam çalışma prensipleri nedeniyle insanlar arasında güvenilirlikleri artmakta ve gün geçtikçe sayıları artmaktadır. Faizsiz finans kuruluşları yapısı gereği meydana gelen ekonomik krizlerden daha az etkilenmektedir. 2000'li yılların başında Türkiye'de meydana gelen ekonomik kriz döneminde 20'den fazla banka batmış ve bu bankaların borçlarına devlet limitsiz olarak güvence vererek zararını üstlenmiştir. Borcun bu şekilde devir alınması kamu maliyesine büyük zarar vermiştir. Aynı süreçte katılım bankalarının topladığı fonların yarı yarıya azalmasına ve devlet güvencesi olmamasına karşın katılım bankaları süreci batak vermeden tamamlamıştır. Gerekçeleri aşağıdaki maddelerde açıklanabilir (TKBB, 2020):

- Katılım bankaları, fon kullandırımı sadece gerçek ticari olaylara aracılık ederek yaptığından kredi kullanım amacından başka bir alanda, spekülatif ve verimsiz şekilde kullanılamaz. Diğer bir deyişle faizli bankalarda sorunlu kredilerin çok olmasının sebebi kredilerin amacı dışında ve riskli sektörlerde kullanılması olarak sıralanabilir. Bu süreç katılım bankalarında banka kontrolünde olması ve kredi limitinin

genellikle ürün özelinde tahsis edilmesi sorunlu kredilerin az olmasını sağlamaktadır.

- Katılım bankaları kısa vade topladıkları mevduatları yine kısa vadede kullandırmaya dikkat ederler. Bu işleyiş bankanın bilançosunda aktif ve pasif arasındaki dengenin kurulmasına yardımcı olur. Uzun vadeli finansmanlar da banka yapısına uygun bir kullandırım modeli ile yapılmaktadır. Böylece kuruluşlar kullandıkları finansmanın taksitlerini kazandıkları gelirle ödeyerek nakit riskinden de korunurlar.

2.8. Katılım Bankalarının Zayıf Yönleri

Katılım bankaları, 1994 yılından bu yana faizli bankaların mevduatlarına uygulanan; ama katılım bankalarının mevduatlarına uygulanmayan limitsiz devlet güvencesi sebebi ile haksız rekabete uğramaktaydı. Katılım bankalarının kuruluş ve örgütlenme sürecine denk gelen bu zaman dilimi Türkiye'de katılım bankalarının gelişmesine olumsuz etki etmiştir. Bu etkiyi azaltmak ve katılım bankalarındaki mevduatları güvence altına almak amacıyla Türkiye Katılım Bankaları Birliği bünyesinde işletilen Güvence Fonu kurulmuştur. Faizli bankalarda mevduat güvencesinin limitsiz olmasına karşın Güvence Fonu'nda birikimlerin belirli bir oranda güvence altına alınması birikim sahiplerini psikolojik olarak tatmin etmemiştir.

2.9. Katılım Bankalarının Problemleri

Türkiye'de katılım bankaları kuruluşundan itibaren yasal birçok değişikliğe uğramış ve bu değişiklikler olumsuz etki bırakmıştır. 4491 sayılı Bankalar Kanunu'nda yapılan düzenleme ile bu süreç sonlanmıştır. Diğer problemleri ise şöyle sıralayabiliriz (Çürük ,2013:36);

- Yeterince reklam yapılmaması
- Katılım bankası fon kullandırımına uygun işletmelerin az olması
- Katılım bankalarının ürünlerinin azlığı
- Alternatif banka sayısının az olması.

Türkiye'de katılım bankalarının tecrübe ettiği problemlerden bir başkası da faaliyet gösteren faizli bankaların katılım bankalarını birer rakip olarak görmesidir (Önal, 2000:15).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE UYGULAMA

Bu çalışmanın evrenini, Türkiye'nin Çankırı ilinde bulunan Kuveyt Türk Katılım bankası ve Albaraka Türk Katılım bankası şubelerinin KOBİ müşterisi olan işletmelerin sahipleri, ortakları veya finans müdürleri oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplanması amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Katılım bankaları ile çalışma nedenlerini etkileyen faktörleri tespit etmeyi amaçlayan ölçek; ilk olarak 33 kişiye uygulanmış ve gerekli kontroller yapıldıktan sonra toplamda 517 işletme yetkilisine (sahipleri, ortakları veya finans müdürlerine) uygulanmıştır. Anket, Covid 19 pandemi sürecinde uygulandığından katılımcılara e-posta aracılığıyla erişilmiş ve anketi çevrimiçi yanıtlamaları istenmiştir. Ankete katılım sağlayan 517 örneklemden yapılan incelemeler ve testler sonucunda 467 tanesinin analize uygun olduğu görülmüştür. Yapılan kontrol neticesinde ana kütleyi temsilinde şüphe duyulmayan 467 adet anket formunun analiz edilmesine karar verilmiştir.

Örnekleme, Çankırı ili ve ilçe merkezlerinden anket yöntemiyle oluşturulmuştur. Anket uygulanacak örneklem tercihinde katılım bankaları ile çalışan işletmeler tespit edilmiştir. Örneklemin büyüklüğünde etkili olan en önemli nokta anlamlılık düzeyidir. Sosyal bilimlere dair araştırma yapılırken genellikle 0,05 anlamlılık seviyesi yeterli olarak kabul edilmektedir. Yüzde 95 güven seviyesinde; örneklemden 100 seçim yapıldığında asgari 95 adedinin ana kütleyi temsil edebilmesi gerekmektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016).

Çalışmada kullanılan anket daha önce Toraman, Ata ve Buğan (2015) tarafından ve Tekin (2019) tarafından yapılan çalışmalardan alınmıştır. Ankette, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) ortaklarının, yöneticilerinin ve finans müdürlerinin katılım bankacılığı ile ilgili bilgi, algı ve farkındalık düzeylerini ölçen ifadeler, katılım bankası ile çalışıp çalışmama tercihleri ve demografik özelliklerine ilişkin sorular yer almaktadır.

3.1. Literatür Taraması

Türk Finans tarihine 80'li yıllarda giriş yapan ve 2005 yılında tanınan haklar ile banka statüsü kazanan faizsiz finans kurumları işleyişleri, benzerlikleri ve farklılıkları ile bilim dünyasının da dikkatini çekmiş ve birçok araştırmaya konu olmuştur. Bu araştırmaların sonuçları banka yönetim kurulları başta olmak üzere strateji birimleri tarafından da takip edilmiştir.

Warde (2000) İslam bankacılığı ve ekonomi arasındaki bağlantıdan, tarihi ve politik yönlerinden bahsetmiştir. Kitapta modern İslam düşüncesinin nasıl geliştiği, ülkelere etkisi ve özel farklılıklarından bahsedilmektedir. Kitapta özellikle İslami finansın farklı yaklaşımları üzerinde durulmaktadır. Bireylerin İslami bankacılığı tercih nedenleri arasında "Din" en önemli faktör olarak gösterilmiştir.

Karakaya ve Karamustafa (2004) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'deki katılım bankalarının müşterilerinin banka tercihini belirleyen faktörler araştırılmış ve finansal araçların kullanım derecesi ve müşteri memnuniyeti tespit edilmeye çalışılmıştır. Müşterilerin banka tercihlerini belirleyen faktörler, sırasıyla, İslami nedenler, kurumun imajı, aile ve arkadaş etkisi olarak belirlenmiştir. Getiri oranlarının etkisi ise en son sırada yer almıştır.

Okumuş (2005) katılım bankası müşterilerinin banka seçim kriterlerini araştırmak amacıyla, Türkiye'de, 161 adet katılım bankası müşterisini kapsayan bir anket çalışması yapmıştır. Seçim kriterlerinin en önemlisi olarak "dini nedenler" belirlenirken, geleneksel bankalardan alınan hizmetlerin katılım bankaları tarafından da verilmesi ikinci; personelin yakın ilgisi ise üçüncü sebep olarak tespit edilmiştir.

El-Gamal (2006) çalışmasında İslami finansın dünyaya tanıtılmasında şekilden çok özü itibariyle tanıtılması gerektiğini vurgulamıştır ve insanların İslami bankaları tercih sebebi olarak "Din", "Kazanç" ve "Ürün" faktörlerinin etkili olduğunu tespit etmiştir.

Ayub (2007) tarafından yazılan kitapta İslami finans ile İslami ekonomi sistemi ve İslami iş ahlakı arasında bağlantı kurmuş ve daha sonra İslami finansın temel öğeleri

olan konuları açıklamaya başlamıştır. Müşterilerin İslami bankacılığı seçmesindeki sebepleri sırasıyla şöyle sıralamıştır; Din, Kazanç ve banka personeli ile olan ilişkiler. Dusuki ve Abdullah (2007), katılım bankacılığı tercihinde etkili olan faktörleri tespit etmek için Malezya'da anket uygulayarak veri toplamışlardır. Çalışmanın bulgularına göre bireylerin İslami bankacılığı tercihinde kaliteli hizmet sunması (personelin bilgili, yetenekli ve samimi davranması) en önemli faktördür. Diğer tercih nedenleri ise sırasıyla sosyal sorumluluk uygulamaları, şubenin işyeri veya ev adresine yakın olması ve satın alınan hizmetlerin ucuz olmasıdır.

Apil (2009) tarafından Türkiye'de İslami bankalar üzerine yapılan bir araştırmada katılım bankasının prestiji, şube personeli ile olan ilişkiler ve müşterinin bankadan aldığı hizmet kalitesi de bireylerin katılım bankası tercihini etkileyen faktörler olarak belirlenmiştir. Çalışmada ayrıca dini hassasiyetler, güvenilir kişi ve kurumların tavsiyeleri de bireylerin katılım bankacılığı tercihini etkileyen faktörler olarak tespit edilmiştir.

Marimuthu (2010), Malezya'da 450 katılımcı ile yaptığı çalışmada katılımcıların %45'i gayrimüslim, %55'i Müslümandır. Çalışmada bireylerin katılım bankalarının ürün ve farklılıkları faktöründe %57,6'sı az, %13,3'ü de gerekli bilgiye sahiptir. İslami banka ile çalışmayı etkileyen faktörler ise sırasıyla; kârlılık ve yüksek getiri, İslam dinine uygunluk, hizmet hızı ve kalitesi, aile ve arkadaş etkisi, dini zorunluluk hissetmek, şube sayısı, personelin ilgisi ve reklamlar olarak tespit edilmiştir.

Sarı (2010) çalışmasında müşterilerin katılım bankalarını tercih etmesindeki faktörleri şu şekilde tespit etmiştir; bankanın güvenilir olması, hizmet verirken sahip olduğu hız ve etkinlik, bankanın prestiji, şube sayısı ve konumu, masrafların düşük olması, düşük oranlar ile finansman desteği sağlaması, banka personelinin bilgisi ve yakın ilgisidir.

Awan ve Bukhari (2011) tarafından yapılan çalışmada Pakistan'daki müşterilerin seçim kriterlerinin ürün özellikleri ve hizmet kalitesi olduğu, dini hassasiyetlerin daha az etkili olduğu tespit edilmiştir.

Lee ve Ullah (2011) tarafından yapılan çalışmada Pakistan'da İslami bankaların tercih nedenlerine yönelik yaptıkları çalışmada öncelikli nedenin İslami kurallara uygunluk, öncelikli neden olarak tespit edilmiştir. Ek olarak çalışmada İslami bankaların teknolojik alt yapıları ve sermayelerinin güvenliği diğer tercih sebepleri olarak tespit belirlenmiştir.

Subhani (2012) çalışmasında Pakistan Karachi'de yaptığı 300 anketten İslami bankaların tercih sebepleri sırasıyla "yüksek kârlılık, işlem masraflarının düşük olması, dini görüş, hizmet kalitesi, arkadaş ve aile tavsiyesi, bankanın sahip olduğu marka değeri, ürün çeşitliliği, personel ilgisi ve ATM hizmetinin olmasıdır.

Echchabi ve Aziz (2012) tarafından hazırlanan çalışmada Fas insanının İslami bankacılık algısı ve tercihi üzerine yapılan çalışmada katılım bankacılığı tercih sebeplerini etkileyen faktörler şu şekildedir; kârlılık ve maliyet faydası, banka çalışanlarının bilgi ve deneyimi, alınan hizmet hızı ve etkinliği, bankanın sahip olduğu prestij ve marka değeri ve personel ilgisidir. Bununla birlikte katılım bankacılığı tercihini etkileyen ikincil faktörler de şu şekilde sıralanmıştır; sosyal ve dini değerler, finansal ihtiyaçlar ve yaşam stilidir.

Hasan ve diğerleri (2012) tarafından yapılan çalışmada Pakistan insanının İslami bankacılık tercihi üzerine yapılan çalışmada insanların tercih sebepleri dini inanç, hizmet kalitesi ve yüksek kar getirisi – düşük maliyet faktörlerinin etkili olduğu tespit edilmiştir.

Mumu ve Guozho (2012) Pakistan İslamabad'da yaptığı çalışmada 200 kişiye anket yoluyla İslami bankaların tercih sebepleri üzerinde veri toplamıştır. Toplanan veriler neticesinde elde edilen bulgular şu şekildedir; bireylerin %61,5'i İslami bankaları tercih ederken dini, en önemli etken olarak göstermişlerdir. Katılımcıların %48,5'i bankaların müşterilerine sundukları hizmet kalitesinden memnun kaldıkları için tercih ettiklerini söylemişlerdir. Müşteri memnuniyet konusunda ise banka müşterilerinin %95'i banka müşterilerinden, %97'si sunulan hizmetlerden, %93,5'i banka şubesinin konumundan ve %99'u da bankaların çalışma saatlerinden memnundur.

Özsoy, Görmez ve Mekik (2013) tarafından yapılan ve Türkiye'de katılım bankacılığının tercih edilme sebeplerine ilişkin yapılan çalışmada bireylerin müşterisi oldukları katılım bankası şubesinde çalışan personel ile kurdukları arkadaşlık/dostluk ilişkisi de kendilerini katılım bankalarının ürün ve hizmetlerini kullanmaya sevk ettiği sonucuna varılmıştır. Dini hassasiyet, en önemli faktör olmamakla beraber, müşteri tercihini etkileyen önemli bir faktör olarak tespit edilmiştir.

Okpara ve Onuoha (2013), Nijerya'da gerçekleştirdikleri çalışmada 250 katılımcıya toplam 40 adet sorudan oluşan anket uygulayarak bireylerin banka tercihlerini etkileyen faktörleri tespit etmeyi amaçlamışlardır. Alınan cevaplara göre anket 6 farklı faktör altında dağılım göstermiştir. Bu faktörler sırasıyla; etkili ve hızlı hizmet alınması, telefon ve internet bankacılığı hizmetlerinin sunulması, ATM'lerin konumu, banka binalarının ve çalışanların dış görünümü, çevre tavsiyesi ve fiyat politikası olarak tespit edilmiştir.

Kaytancı vd. (2013) Eskişehir ilinde ikamet eden 500 katılım bankası müşterisinin tercih sebepleri üzerine çalışma yapmıştır. Yapılan çalışma neticesinde katılım bankaları ile çalışmayı etkileyen faktörler sırasıyla "akraba ve arkadaş tavsiyesi", "hızlı ve esnek çözümler", "personelin yatırım bankacılığı konusundaki bilgisi" ve "dini sebepler" olarak tespit edilmiştir. Katılım bankalarından memnun olunmayan noktalar ise "düşük getirili yatırım hesapları" ve "internet bankacılığı kalitesi" olarak tespit edilmiştir.

Çobankaya (2014) tarafından yapılan çalışmada bireylerin katılım bankacılığı tercih sebepleri sırasıyla bankanın güvenilir olması, çalışanların saygılı ve nazik olması, işlemlerin hatasız ve kısa sürede yapılması, hizmetlerin kaliteli ve ucuz olması ve dini hükümlere uygun olması olarak saptanmıştır.

Burchari, Rafiki ve Qassab (2015) tarafından Bahreyn halkının katılım bankacılığına yönelik algı ve farkındalık düzeyleri üzerine araştırma yapılan çalışmada bireylerin cinsiyet ve eğitim durumlarına göre katılım bankacılığına yönelik algı ve farkındalığının farklı olduğu; fakat yaş ve gelir seviyesine göre farklılık olmadığı sonucuna varmıştır.

Khaitbaeva vd. (2015) Dubai'de yaptıkları ve 247 katılımcıya anket uygulayarak elde ettikleri verilerde bireylerin İslami Bankacılık seçme tercihlerini etkileyen faktörleri; dini faktörler, personel ilgisi, hizmet ücretleri, bankanın ve ATM'nin konumu olarak tespit etmişlerdir.

Hai vd (2015), Vietnam'daki 615 banka müşterisine uyguladıkları anket neticesinde müşterilerin banka tercihini etkileyen en önemli faktörlerin; bankaya kolay ulaşılabilir olması, banka personelinin sunduğu hizmetin kaliteli ve hızlı olması gerektiği yönünde bulgular olduğu elde edilmiştir.

Toroman vd (2015) çalışmalarında, mevcut banka müşterilerinin ve ilerde banka müşterisi olabilecek potansiyel müşterilerin katılım bankacılığı faaliyetlerine ait müşteri algısı katılımcılara anket yapılarak belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda; katılım bankası ile çalışmayı tercih eden, etmeyen ve kararsız kalan bireylerin cevapları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Faizli bankacılık sisteminin bir alternatifi olarak değerlendirilen katılım bankacılığı faaliyetlerinin, bireyler tarafından yeterince bilinmediği ve potansiyel katılım bankacılığı müşterilerinin İslami bankacılık algısının çok düşük olduğu tespit edilmiştir.

Abbam vd. (2015) tarafından Gana'daki bireylerin İslami banka tercihlerinin araştırıldığı çalışmada müşterilerin tercihinde en etkili faktörleri sırasıyla; banka yeri, çalışma saatlerinin uzunluğu, ATM cihazlarına erişim kolaylığı, arkadaş ve aile tavsiyesi ve bankanın etkili hizmet sunması olarak tespit edilmiştir.

Gençtürk ve Çobankaya (2015) çalışmalarında, katılım bankası müşterisi olan ve katılım bankası müşterisi olmayan bireylerin İslami bankacılık hakkındaki algılarını ölçmüşlerdir. Ayrıca çalışmanın sonucunda müşterilerin "katılım bankalarının işlemlerini kısa sürede yapıyor olması", "güvenilir olmaları", "kaliteli ve ucuz hizmet sunmaları", "dini sebepler" ve "çalışanların saygılı ve kibar olması" sebebiyle katılım bankalarını tercih ettikleri görülmüştür. İslami bankalar ile çalışmayı tercih etmeyen bireyler ise katılım bankacılığı ile faizli bankalar arasında fark olmadığını düşünmektedir.

Cebeci ve Çubuk (2016) tarafından yapılan çalışmada bireylerin seçtiği banka tercihini etkileyen faktörler başlıklı Giresun ilinde yapmış olduğu çalışmada açıklayıcı faktör analizi sonucu doğrultusunda ölçeğin yedi faktörlü yapıda olduğu belirlenmiştir. Bu faktörler şube ve alternatif kanal ağı, personel özellikleri, işlem kolaylığı ve maliyeti, bankanın fiziki ve teknik yapısı, ürün ve hizmet çeşitliği, bankanın güvenilirliği ve hız olarak belirlenmiştir.

Örnek Yılmaz (2016) tarafından yapılan çalışmaya göre bireylerin İslami bankacılığı tercih sebepleri sırasıyla katılım bankalarının sunmuş olduğu ürün ve hizmet çeşitleri, şube personelinin tutum ve davranışlarıdır.

Özen vd. (2016) çalışmalarında bireylerin İslami bankacılık ile ilgili algılarını hesaplamayı planlamışlardır. Uşak ili merkezinde 18 yaşını doldurmuş bireyler rastlantısal olarak seçilmiş ve anket yapılmıştır. Elde edilen veriler ANOVA testi uygulanarak analiz edilmiştir. Sonuç olarak, katılımcıların katılım bankacılığı algısının düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bulgularda katılımcıların; cinsiyet, meslek, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi gibi değişkenlerinin İslami bankacılık hakkında bilgi düzeyi ve faiz algısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığı olduğu elde edilmiştir.

Anaç ve Kaya (2017) tarafından hazırlanan bireysel müşterilerin katılım bankacılığını tercih etmesini etkileyen faktörler başlıklı çalışmada bireylerin tercihlerini etkileyen en önemli faktörler sırasıyla "Katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi" "Dini hassasiyetlerimin yönlendirmesi" ve "Banka çalışanlarının müşterilere karşı yaklaşımıdır".

Durak, Bayat ve Arslan (2017) tarafından yapılan çalışmada müşterilerin katılım bankacılığı tercihini etkileyen faktörler sırasıyla "imaj ve güven" ve "hizmet/ürün kalitesi" olarak tespit edilmiştir.

Çambel (2019) tarafından hazırlanan çalışmada elde edilen sonuca göre işletme yetkililerinin katılım bankacılığı tercihini en çok etkileyen etmenlerin ‘‘faizsizlik

prensibi, İslami hassasiyetler ve şube personeli ile yakın ilişkiler'' olduğu dikkat çekmektedir.

Dayı (2019) tarafından yapılan çalışmada katılım bankacılığı tercih sebepleri; dini nedenler, bankanın sunduğu hizmetlerden aldığı ücret miktarı, bankanın sağladığı fayda, personelin ilgisi ve banka şubesinin konumudur.

3.2. Veri Analizi ve Bulgular

3.2.1. İslami Bankacılık Algısı Ölçeğine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçeğe ilişkin tanımlayıcı istatistiklere dayalı genel olarak bir değerlendirme yapıldığında dikkat çekici en önemli unsur katılımcıların "İslami Bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?" Sorusuna verilen ortalama cevabın "Yeterince ulaşılabilir" ve "Ulaşılabilir" şeklinde olduğudur. Katılımcıların "İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?" sorusuna "İslami bankacılıkla ilgili çok şey biliyorum" ve "İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler biliyorum" cevaplarını vermesi Katılım Bankacılığında tercihi etkileyen faktörlerden birisinin İslami bankacılık hakkında sahip olunan bilgi düzeyi olduğu tespit edilebilir. Katılımcıların "İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?" Sorusuna "Kesinlikle düşünüyorum" ve "Düşünüyorum" cevaplarını vermesi Katılım bankalarının tercihini etkileyen faktörlerden birisinin ürün çeşitliliği faktörü olduğu tespit edilebilir. Katılımcıların "İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?" Sorusuna "Kesinlikle inanıyorum" ve "İnanıyorum" cevaplarını vermesi Katılım bankalarının tercihini etkileyen faktörlerden birisinin fayda-maliyet faktörü olduğu tespit edilebilir. Katılımcıların "İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?" Sorusuna verdiği "Çok sık (günde 5 defa)" ve "Sık (haftada 5 defa)" cevapları vermesi yazılı ve görsel medyada yer alan reklamların KOBİ'lerin yönetici ve ortaklarına hitap ettiği, ilgi çektiği ve onlara ulaştığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 3.1: İslami Bankacılık Algısı Ölçeğine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

Sorular	Ortalama	Medyan	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
İslami Bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?	4,10	4,00	0,77	-1,10	1,95
İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?	4,57	5,00	0,65	-1,88	4,96
İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?	4,21	4,00	0,71	-0,88	1,49
İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?	4,38	5,00	0,74	-1,29	2,34
İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?	4,29	4,00	0,78	-1,25	2,37
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	4,07	4,00	0,74	-1,15	2,82
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?"	4,56	5,00	0,67	-1,76	3,83
İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?	2,85	3,00	0,82	0,31	0,14
İslami bankacılığı kullanırken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissedersiniz?	4,07	4,00	1,04	-1,27	1,34
İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.	4,12	4,00	0,94	-1,11	0,80
İslami bankacılık diğer bankaların iyi bir alternatifidir.	4,39	5,00	0,82	-1,53	2,59
Genel olarak finansal sistemde faiz esası geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir.	2,15	2,00	1,16	0,97	0,19
İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.	3,45	3,00	1,01	-0,12	-0,66
İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim.	4,51	5,00	0,71	-1,59	2,89
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.	3,59	4,00	0,94	-0,50	-0,31
Katılım bankacılığı terimlerinin Arapça terimler olması anlaşılmalarını zorlaştırmaktadır.	3,01	3,00	1,16	0,00	-1,11
Türkiye' de Katılım Bankacılığı hizmet ve ürünlerinin Arapça terimler ile sunulması insanlar	2,79	3,00	1,05	0,24	-0,69

tarafından tercih edilmeme nedenlerinden biridir.					
Katılım bankacılığı, faizsiz /İslami bankacılık anlamına gelir.	4,18	4,00	0,92	-1,30	1,75
Katılım bankacılığında yapılan yatırımlarda zarar etme ihtimali vardır.	4,04	4,00	0,96	-1,06	0,80
Katılım bankalarına özgü hizmetler hakkında yeterli derecede bilgiliyim.	4,31	4,00	0,78	-1,31	2,22
Hangi bankaların katılım bankacılığı hizmeti verdiğini biliyorum.	4,66	5,00	0,60	-2,31	7,63
Katılım bankacılığında faizin kullanılmadığını düşünüyorum	4,13	4,00	0,95	-1,18	1,32
Katılım bankacılığının İslami şartlara uygun olduğunu düşünüyorum.	4,19	4,00	0,85	-1,32	2,52
Katılım bankalarında kredi kullanımında nakit para verilmediğini biliyorum	4,38	5,00	0,89	-1,64	2,52
Katılım bankalarının kredi kullanımında nakit yerine, makine/ malzeme verdiğini biliyorum	4,48	5,00	0,76	-1,74	3,69
Katılım bankalarının diğer bankalardan ayrılan en önemli özelliğinin kazancının faizsiz olmasıdır.	4,31	5,00	0,97	-1,71	2,81
Katılım bankacılığı ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ediyorum.	4,48	5,00	0,77	-1,87	4,35
İki tür banka arasında seçim yapmak zorunda kalırsam, getirilerinin İslami şartlara uygunluğuna bakarak tercih yaparım.	4,62	5,00	0,68	-2,32	7,13
Katılım bankalarını diğer bankalara tercih ederim.	4,55	5,00	0,74	-1,96	4,39
Zarar etme ihtimalini bilsem de Katılım Bankalarını tercih ederim.	4,30	5,00	0,92	-1,51	2,20
Katılım bankalarını diğer bankalara göre daha güvenilir buluyorum.	4,37	5,00	0,76	-1,29	2,21
Katılım bankacılığı işlemlerinin daha hızlı olduğunu düşünüyorum.	3,90	4,00	0,94	-0,66	0,18
Katılım bankalarını diğer bankalarla karşılaştırdığımda hizmet kalitesinin daha iyi olduğunu düşünüyorum.	4,25	4,00	0,80	-0,83	0,09
Katılım bankalarının, bankacılıkta kaliteyi arttırdığını düşünüyorum.	4,27	4,00	0,75	-0,75	0,09
Katılım bankaları daha ucuz maliyetle kaynak kullandırır.	3,37	3,00	0,97	-0,02	-0,52

Katılım bankaları daha düşük maliyetli hizmet sunar.	3,58	4,00	0,98	-0,23	-0,63
Katılım bankaları, diğerlerinden daha çok kazanç sağlar.	3,06	3,00	0,96	0,32	-0,35

3.2.2. Frekans Analizleri

Çalışmaya ait frekans analizi bölümünde öncelikli olarak bireylerin demografik ve diğer bilgilerine dair analiz gerçekleştirilmiştir. Tablo 3.2'de yer alan analize göre katılımcıların %11,3'ü kadın, %88,7'si erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %73,2'si evli, %26,8'i bekardır. Katılımcıların %9,2'si 21-25 yaş aralığında, %18,2'si 26-29 yaş aralığında, %40'ı 30-35 yaş aralığında, %32,3'ü de 36 ve daha fazla yaş grubuna aittir. Katılımcıların eğitim düzeyi de %6,9'u lise, %5,1'i ön lisans, %60,4'ü lisans, %26,3'ü yüksek lisans ve %1,3'ü doktora eğitim seviyesine sahiptir. Katılımcıların %2,1'i düşük gelirli, %52,2'si ortalama gelir seviyesine sahip olup, %39,8'i yüksek gelir ve %5,8'i ise oldukça yüksek gelir seviyesine sahiptir.

Tablo 3.2: Frekans Analizi Sonuçları

Cinsiyet	**Kişi Sayısı**	**Oran**
Kadın	53	11,3
Erkek	414	88,7
Toplam	467	100
Medeni Durum	**Kişi Sayısı**	**Oran (%)**
Evli	342	73,2
Bekar	125	26,8
Toplam	467	100
Yaş	**Kişi Sayısı**	**Oran (%)**
17-20	1	0,2
21-25	43	9,2
26-29	85	18,2
30-35	187	40
36 ve daha fazla	151	32,3
Toplam	467	100
Eğitim Düzeyi	**Kişi Sayısı**	**Oran**
Lise	32	6,9
Ön lisans	24	5,1
Lisans	282	60,4
Yüksek Lisans	123	26,3
Doktora	6	1,3

Toplam	467	100
Hane Halkı Geliri	**Kişi Sayısı**	**Oran (%)**
Düşük Gelirli	10	2,1
Ortalama Gelirli	244	52,2
Yüksek Gelirli	186	39,8
Oldukça Yüksek Gelirli	27	5,8
Toplam	467	100

Daha sonra katılım bankacılığına ait sorulara verilen cevapların frekanslarına bakılmıştır (Tablo 3.3). Bu sorulardan ilki olan "İslami Bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?" sorusuna katılımcıların %59,1'i "ulaşılabilir", %28,7'si "yeterince ulaşılabilir" cevabını vermiştir. "İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?" sorusuna katılımcıların %62,7'si "İslami bankacılıkla ilgili çok şey biliyorum", %33,8'i "İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler biliyorum" cevabı vermiştir. "İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?" sorusuna katılımcıların %54,4'ü "katılıyorum", %34,9'u "kesinlikle düşünüyorum" cevabı vermiştir. "İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?" sorusuna katılımcıların %50,5'i "kesinlikle inanıyorum", %39,4'ü "inanıyorum" cevabını vermiştir. "İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?" sorusuna katılımcıların %44,5'i "çok önemli", %43'ü "önemli" cevabı vermiştir. "Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?" sorusuna katılımcıların %62,7'si "iyi yönetebilir", %24,6'sı "çok iyi yönetebilir" cevabını vermiştir. "İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?" sorusuna katılımcıların %64'ü "kesinlikle tercih ederim", %30,4'ü "tercih ederim" cevabını vermiştir. "İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?" sorusuna katılımcıların %48,4'ü "bazen (haftada 1 defa)", %30,6'sı "nadiren (ayda 1 defa)" cevabını vermiştir. "İslami bankacılığı kullanırken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissedersiniz?" sorusuna katılımcıların %40,7'si "aşırı derecede zorunluluk hissederim", %37,9'u "zorunluluk hissederim" cevabını vermiştir. "İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm" ifadesine katılımcıların %41,3'ü "evet", %40,5'i "kesinlikle evet" cevabını vermiştir. "İslami bankacılık diğer bankaların iyi bir alternatifidir" ifadesine katılımcıların

%54,6'sı "kesinlikle evet", %34,3'ü "evet" cevabını vermiştir. "Genel olarak finansal sistemde faiz esası geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir" ifadesine katılımcıların %37'si "katılmıyorum", %33,8'i "kesinlikle katılmıyorum" cevabını vermiştir. "İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar" ifadesine katılımcıların %34'ü "kararsızım", %31,5'i "katılıyorum" cevabını vermiştir. "İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim" ifadesine katılımcıların %60,4'ü "kesinlikle evet", %32,3'ü "evet" cevabını vermiştir. "İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır" ifadesine katılımcıların %47,5'i "katılıyorum", %23,3'ü "kararsızım" cevabını vermiştir. "Katılım bankacılığı terimlerinin Arapça terimler olması anlaşılmalarını zorlaştırmaktadır" ifadesine katılımcıların %32,8'i "katılıyorum", %32,8'i "katılmıyorum" cevabını vermiştir. ""Türkiye' de Katılım Bankacılığı hizmet ve ürünlerinin Arapça terimler ile sunulması insanlar tarafından tercih edilmeme nedenlerinden biridir" ifadesine katılımcıların %35,5'i "katılmıyorum", %28,3'ü "kararsızım" cevabını vermiştir. "Katılım bankacılığı, faizsiz /İslami bankacılık anlamına gelir" ifadesine katılımcıların %42,2'si "kesinlikle katılıyorum", %41,5'i "katılıyorum" cevabını vermiştir. "Katılım bankacılığında yapılan yatırımlarda zarar etme ihtimali vardır" ifadesine katılımcıların %44,5'i "katılıyorum", %35,1'i "katılıyorum" cevabını vermiştir. "Katılım bankalarına özgü hizmetler hakkında yeterli derecede bilgiliyim" ifadesine katılımcıların %46,3'ü "kesinlikle katılıyorum", %43'ü "katılıyorum" cevabını vermiştir. "Hangi bankaların katılım bankacılığı hizmeti verdiğini biliyorum" ifadesine katılımcıların %71,1'i "kesinlikle katılıyorum", %25,7'si "katılıyorum" cevabını vermiştir. "Katılım bankacılığında faizin kullanılmadığını düşünüyorum" ifadesine katılımcıların %41,8'i "kesinlikle katılıyorum", %37,9'u "katılıyorum" cevabını vermiştir. "Katılım bankacılığının İslami şartlara uygun olduğunu düşünüyorum" ifadesine katılımcıların %46'sı "katılıyorum", %39,2'si "kesinlikle katılıyorum" cevabını vermiştir. "Katılım bankalarında kredi kullanımında nakit para verilmediğini biliyorum" ifadesine katılımcıların %57,2'si "kesinlikle katılıyorum", %30,4'ü "katılıyorum" cevabını vermiştir. "Katılım bankalarının kredi kullanımında nakit yerine, makine/ malzeme verdiğini biliyorum" ifadesine katılımcıların %60'ı "kesinlikle katılıyorum", %31,4'ü "katılıyorum" cevabını vermiştir. "Katılım bankalarının diğer bankalardan ayrılan en önemli özelliğinin kazancının faizsiz olmasıdır" ifadesine katılımcıların %54,6'sı

“kesinlikle katılıyorum”, %31,3’ü “katılıyorum” cevabını vermiştir. “Katılım bankacılığı ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ediyorum” ifadesine katılımcıların %60,6’sı “kesinlikle katılıyorum”, %31’i “katılıyorum” cevabını vermiştir. "İki tür banka arasında seçim yapmak zorunda kalırsam, getirilerinin İslami şartlara uygunluğuna bakarak tercih yaparım" ifadesine katılımcıların %70’i “kesinlikle katılıyorum”, %24,4’ü “katılıyorum” cevabını vermiştir. “Katılım bankalarını diğer bankalara tercih ederim” ifadesine katılımcıların %66,2’si “kesinlikle katılıyorum”, %25,9’u “katılıyorum” cevabını vermiştir. “Zarar etme ihtimalini bilsem de Katılım Bankalarını tercih ederim” ifadesine katılımcıların %%52,5’i “kesinlikle katılıyorum”, %32,8’i “katılıyorum” cevabını vermiştir. “Katılım bankalarını diğer bankalara göre daha güvenilir buluyorum” ifadesine katılımcıların %50,3’ü “kesinlikle katılıyorum”, %39’u “katılıyorum” cevabını vermiştir. “Katılım bankacılığı işlemlerinin daha hızlı olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %39,6’sı “katılıyorum”, %29,3’ü “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. “Katılım bankalarını diğer bankalarla karşılaştırdığımda hizmet kalitesinin daha iyi olduğunu düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %43,9’u “kesinlikle katılıyorum”, %39,8’i “katılıyorum” cevabını vermiştir. “Katılım bankalarının, bankacılıkta kaliteyi arttırdığını düşünüyorum” ifadesine katılımcıların %43,3’ü “katılıyorum”, %42,6’sı “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. “Katılım bankaları daha ucuz maliyetle kaynak kullandırır” ifadesine katılımcıların %39’u “kararsızım”, %29,6’sı “katılıyorum” cevabını vermiştir. “Katılım bankaları daha düşük maliyetli hizmet sunar” ifadesine katılımcıların %34,9’u “katılıyorum”, %31,5’i “kararsızım” cevabını vermiştir. “Katılım bankaları, diğerlerinden daha çok kazanç sağlar” ifadesine katılımcıların %42,6’sı “kararsızım”, %26,3’ü “katılmıyorum” cevabını vermiştir.

Tablo 3.3: Ölçek Sorularına Ait Analiz Tablosu

İslami Bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?		
	Sıklık	Yüzde
Ulaşılabilir değil	2	0,4
Çok az ulaşılabilir	24	5,1
Kararsızım	31	6,6
Ulaşılabilir	276	59,1
Yeterince ulaşılabilir	134	28,7
Toplam	467	100,0
İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?		
	Sıklık	Yüzde
İslami bankacılığı hiç duymadım	1	0,2
İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler duydum ama ne olduğunu bilmiyorum	10	2,1

İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler duydum ama çok azını anladım	5	1,1
İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler biliyorum	158	33,8
İslami bankacılıkla ilgili çok şey biliyorum	293	62,7
Toplam	467	100,0
İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle düşünmüyorum	1	0,2
Düşünmüyorum	11	2,4
Kararsızım	38	8,1
Düşünüyorum	254	54,4
Kesinlikle düşünüyorum	163	34,9
Toplam	467	100,0
İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle inanmıyorum	3	0,6
İnanmıyorum	5	1,1
Kararsızım	39	8,4
İnanıyorum	184	39,4
Kesinlikle inanıyorum	236	50,5
Toplam	467	100,0
İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?		
	Sıklık	Yüzde
Hiç önemli değil	5	1,1
Önemli değil	6	1,3
Kararsızım	47	10,1
Önemli	201	43,0
Çok önemli	208	44,5
Toplam	467	100,0
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?		
	Sıklık	Yüzde
İyi yönetemez	4	0,9
Biraz yönetebilir	16	3,4
Kararsızım	39	8,4
İyi yönetebilir	293	62,7
Çok iyi yönetebilir	115	24,6
Toplam	467	100,0
İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?"		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle tercih etmem	1	0,2
Tercih etmem	8	1,7
Kararsızım	17	3,6
Tercih ederim	142	30,4
Kesinlikle tercih ederim	299	64,0
Toplam	467	100,0
İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?		
	Sıklık	Yüzde
Hiç	13	2,8
Nadiren (ayda 1 defa)	143	30,6
Bazen (haftada 1 defa)	226	48,4
Sık (haftada 5 defa)	71	15,2
Çok sık (günde 5 defa)	14	3,0
Toplam	467	100,0
İslami bankacılığı kullanırken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissedersiniz?		
	Sıklık	Yüzde
Zorunluluk hissetmem	20	4,3
Çok az zorunluluk hissederim	18	3,9
Kısmen zorunluluk hissederim	62	13,3
Zorunluluk hissederim	177	37,9

Aşırı derecede zorunluluk hissederim	190	40,7
Toplam	467	100,0
İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle hayır	5	1,1
Hayır	36	7,7
Kararsızım	44	9,4
Evet	193	41,3
Kesinlikle evet	189	40,5
Toplam	467	100,0
İslami bankacılık diğer bankaların iyi bir alternatifidir.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle hayır	4	0,9
Hayır	14	3,0
Kararsızım	34	7,3
Evet	160	34,3
Kesinlikle evet	255	54,6
Toplam	467	100,0
Genel olarak finansal sistemde faiz esası geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	158	33,8
Katılmıyorum	173	37,0
Kararsızım	71	15,2
Katılıyorum	36	7,7
Kesinlikle katılıyorum	29	6,2
Toplam	467	100,0
İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	9	1,9
Katılmıyorum	75	16,1
Kararsızım	159	34,0
Katılıyorum	147	31,5
Kesinlikle katılıyorum	77	16,5
Toplam	467	100,0
İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle hayır	1	0,2
Hayır	10	2,1
Kararsızım	23	4,9
Evet	151	32,3
Kesinlikle evet	282	60,4
Toplam	467	100,0
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	6	1,3
Katılmıyorum	65	13,9
Kararsızım	109	23,3
Katılıyorum	222	47,5
Kesinlikle katılıyorum	65	13,9
Toplam	467	100,0
Katılım bankacılığı terimlerinin Arapça terimler olması anlaşılmalarını zorlaştırmaktadır.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	39	8,4
Katılmıyorum	153	32,8
Kararsızım	80	17,1
Katılıyorum	153	32,8
Kesinlikle katılıyorum	42	9,0
Toplam	467	100,0
"Türkiye' de Katılım Bankacılığı hizmet ve ürünlerinin Arapça terimler ile sunulması insanlar tarafından tercih edilmeme nedenlerinden biridir."		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	42	9,0
Katılmıyorum	166	35,5

Kararsızım	132	28,3
Katılıyorum	102	21,8
Kesinlikle katılıyorum	25	5,4
Toplam	467	100,0
Katılım bankacılığı, faizsiz /İslami bankacılık anlamına gelir.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	9	1,9
Katılmıyorum	21	4,5
Kararsızım	46	9,9
Katılıyorum	194	41,5
Kesinlikle katılıyorum	197	42,2
Toplam	467	100,0
Katılım bankacılığında yapılan yatırımlarda zarar etme ihtimali vardır.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	8	1,7
Katılmıyorum	36	7,7
Kararsızım	51	10,9
Katılıyorum	208	44,5
Kesinlikle katılıyorum	164	35,1
Toplam	467	100,0
Katılım bankalarına özgü hizmetler hakkında yeterli derecede bilgiliyim.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	3	0,6
Katılmıyorum	14	3,0
Kararsızım	33	7,1
Katılıyorum	201	43,0
Kesinlikle katılıyorum	216	46,3
Toplam	467	100,0
Hangi bankaların katılım bankacılığı hizmeti verdiğini biliyorum.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	2	0,4
Katılmıyorum	4	0,9
Kararsızım	9	1,9
Katılıyorum	120	25,7
Kesinlikle katılıyorum	332	71,1
Toplam	467	100,0
Katılım bankacılığında faizin kullanılmadığını düşünüyorum		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	11	2,4
Katılmıyorum	17	3,6
Kararsızım	67	14,3
Katılıyorum	177	37,9
Kesinlikle katılıyorum	195	41,8
Toplam	467	100,0
Katılım bankacılığının İslami şartlara uygun olduğunu düşünüyorum.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	9	1,9
Katılmıyorum	9	1,9
Kararsızım	51	10,9
Katılıyorum	215	46,0
Kesinlikle katılıyorum	183	39,2
Toplam	467	100,0
Katılım bankalarında kredi kullanımında nakit para verilmediğini biliyorum		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	6	1,3
Katılmıyorum	21	4,5
Kararsızım	31	6,6
Katılıyorum	142	30,4
Kesinlikle katılıyorum	267	57,2
Toplam	467	100,0
Katılım bankalarının kredi kullanımında nakit yerine, makine/ malzeme verdiğini biliyorum		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	4	0,9

Katılmıyorum	8	1,7
Kararsızım	30	6,4
Katılıyorum	145	31,0
Kesinlikle katılıyorum	280	60,0
Toplam	467	100,0
Katılım bankalarının diğer bankalardan ayrılan en önemli özelliğinin kazancının faizsiz olmasıdır.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	15	3,2
Katılmıyorum	14	3,0
Kararsızım	37	7,9
Katılıyorum	146	31,3
Kesinlikle katılıyorum	255	54,6
Toplam	467	100,0
Katılım bankacılığı ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ediyorum.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	5	1,1
Katılmıyorum	8	1,7
Kararsızım	26	5,6
Katılıyorum	145	31,0
Kesinlikle katılıyorum	283	60,6
Toplam	467	100,0
"İki tür banka arasında seçim yapmak zorunda kalırsam, getirilerinin İslami şartlara uygunluğuna bakarak tercih yaparım. "		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	4	0,9
Katılmıyorum	3	0,6
Kararsızım	19	4,1
Katılıyorum	114	24,4
Kesinlikle katılıyorum	327	70,0
Toplam	467	100,0
Katılım bankalarını diğer bankalara tercih ederim.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	3	0,6
Katılmıyorum	9	1,9
Kararsızım	25	5,4
Katılıyorum	121	25,9
Kesinlikle katılıyorum	309	66,2
Toplam	467	100,0
Zarar etme ihtimalini bilsem de Katılım Bankalarını tercih ederim.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	9	1,9
Katılmıyorum	18	3,9
Kararsızım	42	9,0
Katılıyorum	153	32,8
Kesinlikle katılıyorum	245	52,5
Toplam	467	100,0
Katılım bankalarını diğer bankalara göre daha güvenilir buluyorum.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	3	0,6
Katılmıyorum	7	1,5
Kararsızım	40	8,6
Katılıyorum	182	39,0
Kesinlikle katılıyorum	235	50,3
Toplam	467	100,0
Katılım bankacılığı işlemlerinin daha hızlı olduğunu düşünüyorum.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	8	1,7
Katılmıyorum	23	4,9
Kararsızım	114	24,4
Katılıyorum	185	39,6
Kesinlikle katılıyorum	137	29,3
Toplam	467	100,0

Katılım bankalarını diğer bankalarla karşılaştırdığımda hizmet kalitesinin daha iyi olduğunu düşünüyorum.		
	Sıklık	Yüzde
Katılmıyorum	14	3,0
Kararsızım	62	13,3
Katılıyorum	186	39,8
Kesinlikle katılıyorum	205	43,9
Toplam	467	100,0
Katılım bankalarının, bankacılıkta kaliteyi arttırdığını düşünüyorum.		
	Sıklık	Yüzde
Katılmıyorum	9	1,9
Kararsızım	57	12,2
Katılıyorum	202	43,3
Kesinlikle katılıyorum	199	42,6
Toplam	467	100,0
Katılım bankaları daha ucuz maliyetle kaynak kullandırır.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	9	1,9
Katılmıyorum	75	16,1
Kararsızım	182	39,0
Katılıyorum	138	29,6
Kesinlikle katılıyorum	63	13,5
Toplam	467	100,0
Katılım bankaları daha düşük maliyetli hizmet sunar.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	6	1,3
Katılmıyorum	61	13,1
Kararsızım	147	31,5
Katılıyorum	163	34,9
Kesinlikle katılıyorum	90	19,3
Toplam	467	100,0
Katılım bankaları, diğerlerinden daha çok kazanç sağlar.		
	Sıklık	Yüzde
Kesinlikle katılmıyorum	12	2,6
Katılmıyorum	123	26,3
Kararsızım	199	42,6
Katılıyorum	91	19,5
Kesinlikle katılıyorum	42	9,0
Toplam	467	100,0

3.2.3. Araştırma Hipotezlerinin Oluşturulması

Araştırma hipotezleri; çalışmanın literatür taraması bölümünde özetlenen başta Cebeci ve Çubuk (2016)'a, Anaç ve Kaya (2017)'ya, Çambel (2019)'e, Echchabi ve Aziz (2012)'e ve Okumuş (2005) tarafından yapılan çalışmalar olmak üzere konu ile ilgili çalışmaların bulgularından hareketle oluşturulmuştur. Çalışmada ayrıca bazı demografik bilgilerin tercihler üzerindeki etkisinin anlaşılması amacıyla ek hipotezlerde oluşturulmuştur. Söz konusu hipotezler aşağıdaki gibidir;

H_1: KOBİ'lerin Din faktörü Katılım bankacılığı hakkındaki tercih sebebini etkiler.

H_2: KOBİ'lerin Katılım bankacılığı hakkındaki bilgi ve algısı tercih sebebini etkiler.

H_3: KOBİ'lerin Katılım bankacılığı kazanç düzeyi tercih sebebini etkiler.

H_4: KOBİ'lerin Katılım bankacılığı ürün çeşitliliği tercih sebebini etkiler.

H_5: KOBİ'lerin Katılım bankacılığı hizmet kalitesi düzeyi tercih sebebini etkiler.
H_6: KOBİ'lerin Katılım bankacılığı finansman şekli tercih sebebini etkiler.
H_7: KOBİ'lerin Katılım bankacılığı tercihini dil faktörü etkiler.

Hipotezlerin test edilmesi amacıyla parametrik hipotez testlerinden bağımsız gruplar t testi ve ANOVA analizi kullanılmıştır. Analizlerde ayrıca çeşitli değişkenler arasındaki ilişkilerin yönünü ve gücünü belirleyebilmek amacıyla korelasyon analizi de gerçekleştirilmiştir.

3.2.4. Açıklayıcı Faktör Analizi

Çalışmada ilk olarak katılım bankacılığı bilgi, algı ve farkındalık ölçeği faktör analizine tabi tutulmuştur. Verilerin faktör analizine uygunluğunun tespit edilebilmesi için ise öncelikle "Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örnekleme Yeterliliği ve Bartlett Küresellik Testi" sonuçlarına bakılması gerekmektedir. Analiz sonuçları Tablo 3.4'te görüldüğü gibidir. Tabloya göre örneklemin faktör analizine uygunluğu son derece yüksektir (0.934). KMO değerinin 0,50'den yüksek olması yeterli kabul edilir (Çokluk ve diğ., 2012:207).

Tablo 3.4: Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Ölçüsü		,934
Bartlett's Küresellik Testi	**Ki-kare**	8736,776
	df	496
	Anlamlılık	0,000

Örneklem yeterlilik testi sonucu KMO değeri 0,934 bulunmuştur. Bu değer örneklem büyüklüğünün yeterli ve veriler için faktör analizinin mükemmel kullanılabileceğini göstermektedir. Verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği Bartlett küresellik testi ile test edilmektedir. Anlamlılık değeri olan *p*'nin 0,05'ten küçük olması bu analizin anlamlı olduğunu göstermektedir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016).

Daha sonra faktör analizine geçilmiş ve faktör analizi sonucunda bazı maddelerin tek başına faktör oluşturdukları bazılarının ise birden fazla faktör altında yer aldıkları tespit edilmiştir. Bu maddeler veri setinden çıkartılarak faktör analizi tekrarlanmış ve en son aşamada maddelerin yedi faktör altında toplandıkları görülmüştür (Tablo 3.5).

Faktör analizi sonucunda; maddelerin öz değeri 1'den fazla olan, toplam varyansın %63,429'unu açıklayan anlamlı 7 boyut (faktör) elde edilmiştir.

Tablo 3.5: Toplam Varyans Tablosu

Faktörler	Faktör Yüklerinin Toplamları		
	Toplam	% of Varyans	Kümülatif %
1	12,830	35,639	35,639
2	2,843	7,897	43,536
3	1,911	5,309	48,845
4	1,562	4,338	53,184
5	1,356	3,767	56,951
6	1,276	3,545	60,496
7	1,056	2,933	63,429

Ankette yer alan soruların hangi faktör gruplarında yer aldığı Tablo 3.6'da sunulmuştur. Her bir ifadenin karşısında yer alan faktör yükleri dikkate alınarak katılım bankası müşterilerinin tercihlerini etkileyen yedi faktör belirlenmiştir.

Tablo 3.6: Faktörler Maddelerin Faktörlere Yaptığı Katkı

	Din Faktörü	Bilgi ve Algı Faktörü	Fayda-Maliyet Faktörü	Ürün Çeşitliliği Faktörü	Hizmet Kalitesi ve Hız Faktörü	Finansman Şekli Bilgisi Faktörü	Dil Faktörü
Katılım bankalarını diğer bankalara tercih ederim.	0,802	0,158	0,095	0,127	0,153	0,115	-0,055
İki tür banka arasında seçim yapmak zorunda kalırsam, getirilerinin İslami şartlara uygunluğuna bakarak tercih yaparım.	0,77	0,318	0,075	0,033	0,127	0,226	0,014
Katılım bankacılığı ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ediyorum.	0,736	0,447	0,077	0,065	0,105	0,143	0,009
İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim.	0,73	0,302	0,088	0,295	0,098	-0,057	-0,027
Zarar etme ihtimalini bilsem de Katılım Bankalarını tercih ederim.	0,721	0,215	0,054	0,119	0,257	0,002	-0,08
İslami bankacılığı kullanırken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissedersiniz?	0,666	-0,058	-0,04	0,255	0,008	0,051	-0,084

Katılım bankalarını diğer bankalara göre daha güvenilir buluyorum.	0,625	0,288	0,19	0,124	0,367	0,023	-0,03
İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?	0,546	0,311	0,18	0,473	0,001	0,154	-0,041
İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?	0,532	0,315	0,151	0,377	0,13	0,116	-0,082
Katılım bankacılığı, faizsiz /İslami bankacılık anlamına gelir.	0,371	0,679	0,13	0,185	0,029	0,069	0,002
Katılım bankacılığında faizin kullanılmadığını düşünüyorum	0,432	0,658	0,147	0,163	0,114	0,199	-0,044
Katılım bankacılığının İslami şartlara uygun olduğunu düşünüyorum.	0,461	0,654	0,199	0,234	0,135	0,15	0,04
Katılım bankalarının diğer bankalardan ayrılan en önemli özelliğinin kazancının faizsiz olmasıdır.	0,422	0,628	0,142	-0,032	0,101	0,107	-0,047
Katılım bankalarına özgü hizmetler hakkında yeterli derecede bilgiliyim.	0,262	0,523	-0,184	0,337	0,348	0,188	0,065
Hangi bankaların katılım bankacılığı hizmeti verdiğini biliyorum.	0,32	0,508	-0,27	0,121	0,287	0,257	-0,029
Katılım bankacılığında yapılan yatırımlarda zarar etme ihtimali vardır.	0,066	0,501	-0,007	0,154	0,119	0,105	0,172
Katılım bankaları daha ucuz maliyetle kaynak kullandırır.	0,072	0,081	0,828	0,024	0,19	0,058	-0,019
Katılım bankaları daha düşük maliyetli hizmet sunar.	0,109	0,159	0,72	-0,041	0,28	0,057	-0,008
Katılım bankaları, diğerlerinden daha çok kazanç sağlar.	0,055	-0,129	0,69	0,159	0,098	0,101	0,09

İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.	0,12	0,131	0,523	0,42	0,165	0,081	0,006
İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.	0,139	0,021	-0,019	0,73	0,107	0,088	0,034
İslami bankacılık diğer bankaların iyi bir alternatifidir.	0,372	0,203	0,096	0,55	0,182	-0,003	-0,022
İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?	0,364	0,3	0,146	0,533	0,054	0,078	-0,18
Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?	0,282	0,228	0,235	0,476	0,063	0,202	-0,105
İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.	0,136	0,225	0,364	0,448	0,232	0,079	-0,197
Katılım bankacılığı işlemlerinin daha hızlı olduğunu düşünüyorum.	0,154	0,014	0,359	0,096	0,759	-0,02	-0,039
Katılım bankalarını diğer bankalarla karşılaştırdığımda hizmet kalitesinin daha iyi olduğunu düşünüyorum.	0,256	0,199	0,254	0,179	0,742	0,042	-0,11
Katılım bankalarının, bankacılıkta kaliteyi arttırdığını düşünüyorum.	0,293	0,26	0,288	0,184	0,689	0,014	-0,105
Katılım bankalarında kredi kullanımında nakit para verilmediğini biliyorum	0,126	0,163	0,157	0,094	-0,037	0,861	-0,023
Katılım bankalarının kredi kullanımında nakit yerine, makine/ malzeme verdiğini biliyorum	0,158	0,221	0,069	0,138	0,066	0,855	-0,002
Katılım bankacılığı terimlerinin Arapça terimler olması anlaşılmalarını zorlaştırmaktadır.	-0,054	0,151	0,007	-0,002	-0,06	-0,039	0,842

"Türkiye' de Katılım Bankacılığı hizmet ve ürünlerinin Arapça terimler ile sunulması insanlar tarafından tercih edilmeme nedenlerinden biridir."	-0,135	0,079	0,074	0,016	-0,038	-0,036	0,822
Ekstraksiyon Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi; Döndürme Yöntemi: **Kaiser Normalizasyonlu Varimax;** Rotasyon 9 iterasyonda yakınsamıştır.							

Örneğin birinci ifadenin en yüksek değeri 0,802; ikinci ifadenin en yüksek değeri 0,770 bulunmuştur. Bu sonuçtan da anlaşılacağı üzere ilk iki ifadenin karşısındaki faktör yüklerinin en yüksek değerleri aynı faktör grubunda yer almıştır. Aynı şekilde diğer ifadelerin en yüksek faktör yükleri karşılarında yer alırken hangi faktör grubuna girdiği de en üst satırda gösterilmiştir.

KOBİ'lerin katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen faktörlerden birincisi din faktörüdür. Din faktörü 9 adet ifadenin faktör yükünden oluşmakta ve toplam varyansın %35,6'sını açıklamaktadır. Bu faktöre en yüksek katkıyı "Katılım bankalarını diğer bankalara tercih ederim." ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,802). Faktöre en az desteği ise "İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?" sorusu vermektedir (Faktör yükü 0,532).

KOBİ'lerin katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen faktörlerden ikincisi bilgi ve algı faktörüdür. Toplam 7 değişkenden oluşmakta olup toplam varyansın %7,89'unu açıklamaktadır. Bu faktöre en yüksek katkıyı "Katılım bankacılığı, faizsiz /İslami bankacılık anlamına gelir." ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,679). Faktöre en az desteği ise "Katılım bankacılığında yapılan yatırımlarda zarar etme ihtimali vardır." ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,501).

KOBİ'lerin katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen faktörlerden üçüncüsü fayda-maliyet faktörüdür. Toplam 4 değişkenden oluşmaktadır ve toplam varyansın %5,30'unu açıklamaktadır. Faktöre en yüksek katkıyı "Katılım bankaları daha ucuz maliyetle kaynak kullandırır." ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,828). Faktöre en

düşük katkıyı “İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.” ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,523).

KOBİ’lerin katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen faktörlerden dördüncüsü ürün çeşitliliği faktörüdür ve 5 değişkenden oluşmaktadır. Toplam varyansın %4,33’ünü açıklamaktadır. Faktöre en yüksek katkıyı “İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.” ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,730). Faktöre en düşük katkıyı “İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.” ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,448).

KOBİ’lerin katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen faktörlerden beşincisi hizmet kalitesi ve hız faktörüdür ve toplam 3 değişkenden oluşmaktadır. Toplam varyansın %3,76’sını açıklamaktadır. Faktöre en yüksek katkıyı “Katılım bankacılığı işlemlerinin daha hızlı olduğunu düşünüyorum.” ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,759). Faktöre en düşük katkıyı “Katılım bankalarının, bankacılıkta kaliteyi arttırdığını düşünüyorum.” İfadesi vermektedir (Faktör yükü 0,689).

KOBİ’lerin katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen faktörlerden altıncısı finansman şekli bilgisi faktörüdür ve toplam iki değişkenden oluşmaktadır. Toplam varyansın %3,45’ini açıklamaktadır. Faktöre en yüksek katkıyı “Katılım bankalarında kredi kullanımında nakit para verilmediğini biliyorum” ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,861). Faktöre en düşük katkıyı “Katılım bankalarının kredi kullanımında nakit yerine, makine/ malzeme verdiğini biliyorum” ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,855).

KOBİ’lerin katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen faktörlerden yedincisi dil faktörüdür ve toplam iki adet ifadeden oluşmaktadır. Toplam varyansın 2,93’ünü açıklamaktadır. Faktöre en yüksek katkıyı “Katılım bankacılığı terimlerinin Arapça terimler olması anlaşılmalarını zorlaştırmaktadır” ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,842). Faktöre en düşük katkıyı "Türkiye’ de Katılım Bankacılığı hizmet ve ürünlerinin Arapça terimler ile sunulması insanlar tarafından tercih edilmeme nedenlerinden biridir" ifadesi vermektedir (Faktör yükü 0,822).

Çalışmanın devamında ölçeğe güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Tablo 3.7'de yer alan sonuçlara göre ölçek yüksek derecede güvenilirdir (α=0,913>0,80). Başka bir ifade ile örnek rastgele dağılmış ve örnek hacmi analiz için uygundur.

3.2.5. Araştırma Modeli

Araştırmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki model oluşturulmuştur. Katılımcıların bağımsız değişkenleri olan bilgi, algı ve farkındalık düzeyleri katılım bankası tercih sebeplerini etkilemektedir. Çalışmanın ekseninde bulunan tanımlayıcı araştırma modeli Şekil 1'de sunulmuştur.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Tablo 3.7: Güvenilirlik Analizi

Cronbach Alfa Değeri	Madde Sayısı
0,913	33

Çalışmada ayrıca her bir faktörün ayrı ayrı güvenilirliğinin ayrı ayrı hesaplaması da yapılmıştır (Tablo 3.8). Din faktörünün toplam dokuz değişkenden oluştuğu ve α=0,906 gibi yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Bilgi ve algı faktörünün toplam yedi değişkenden oluştuğu ve güvenilirlik kat sayısının α=0,850 olduğu tespit edilmiştir. Fayda-maliyet faktörünün toplam beş değişkenden oluştuğu ve güvenilirlik kat sayısının α=0,770 olduğu tespit edilmiştir. Ürün çeşitliliği faktörünün toplam beş değişkenden oluştuğu ve güvenilirlik kat sayısının α=0,736 tespit edilmiştir. Hizmet kalitesi ve hız faktörünün toplam üç değişkenden oluştuğu ve güvenilirlik kat sayısının α=0,851 olduğu tespit edilmiştir. Finansman şekli bilgisi faktörü iki değişkenden oluştuğu ve güvenilirlik kat sayısının α=0,816 olduğu tespit

edilmiştir. Dil faktörünün iki değişkenden oluştuğu ve güvenilirlik kat sayısının α=0,744 olduğu tespit edilmiştir. Tüm faktörlerin güvenilirlik kat sayısının yüksek olması sebebiyle hiçbir faktör değerlendirme dışı bırakılmamıştır.

Tablo 3.8: Faktörler ve Faktörlerin Güvenilirlik Katsayıları

Faktör No	Faktör Adı	Değişkenler	Güvenilirlik Katsayısı
1	Din Faktörü	12,13,17,22,35,36,37,38,39	0,906
2	Bilgi ve Algı Faktörü	26,27,28,29,30,31,34	0,850
3	Fayda- Maliyet Faktörü	21,43,44,45	0,770
4	Ürün Çeşitliliği Faktörü	11,14,18,19,23	0,736
5	Hizmet Kalitesi ve Hız Faktörü	40,41,42	0,851
6	Finansman Şekli Bilgisi Faktörü	32,33	0,816
7	Dil Faktörü	24,25	0,744

Ölçeğin güvenilir olduğu tespit edildikten sonra, ilişkisel analizler, ortalamalar arası farklılık analizleri ve grup ortalamaları arası farklılık analizleri gerçekleştirilmiştir. Buna göre her bir faktör 5'li likert ölçeğine katılım derecelerinin toplamı şeklinde hesaplanmıştır. Bu hesaplama neticesinde Din faktörü için tam puan 45, Bilgi ve Algı faktörü için tam puan ise 35, Fayda ve Maliyet faktörü için tam puan 20, Ürün çeşitliliği faktörü için tam puan 25, Hizmet kalitesi faktörü için tam puan 15, Finansman şekli bilgisi faktörü için tam puan 10 ve Dil faktörü için tam puan 10'dur. Faktörlerde puan arttıkça olumlu, azaldıkça olumsuz durumu ifade etmektedir.

3.2.6. Katılım Bankacılığı Hakkında Sahip Olunan Bilgi ve Algı Faktörüne İlişkin Analizler

Faktör ve güvenilirlik analizlerinden sonra uygulamada "Katılım bankalarını diğer bankalara tercih ederim." ifadesine verilen yanıtlara göre bağımsız gruplar *t* testi yapılmıştır. Sonuçlar grup ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığa işaret etmektedir (sig. <0.05). Buna göre ifadeye evet cevabı verenlerin bilgi ve algı faktörü puanı daha yüksektir (Tablo 3.9). Ancak gruplar arası (Hayır Düşünmem; Evet Düşünürüm) birim sayısı dengeli dağılmadığından sonuçların sağlıklı ve geçerli olduğu söylenememektedir. Gruplar arasındaki denek sayısında fark büyük olduğundan, parametrik olmayan hipotez testlerine de gerek görülmemiştir.

Tablo 3.9: Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları

	Bir Katılım bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz? *	Örneklem	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata Ort.	t	df	Sig.
Bilgi ve Algı Faktörü	1	20	2,57	1,001	0,223	-14,97	475	0,000
	2	447	4,37	0,498	0,023			

**Hayır Düşünmem:1; Evet Düşünürüm:2 olacak şekilde kodlama yapılmıştır.*

"Diğer ticari bankalar ile çalışmayı düşünür müsünüz?" sorusuna verilen cevaplara bakıldığında ise yeterli olmasa da nispeten daha dengeli ve parametrik hipotez testlerinin geçerli kabul edilmesi için ön şartlardan biri olan grup içerisinde yer alan birimlerin sayısının 30'dan fazla olması şartının sağlandığı görülmüştür. Buna göre bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Sonuçlar grup ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığa işaret etmektedir (sig. <0.05). Buna göre soruya hayır cevabı verenlerin "İslami Bankacılık" bilgi ve algı faktörü puanı daha yüksektir (Tablo 3.10).

Tablo 3.10: Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları

	Diğer ticari bankalar ile çalışmayı düşünür müsünüz? *	Örneklem	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata Ortalaması	t	df	Sig.
Bilgi ve Algı Faktörü	1	381	4,28	0,630	0,033	-3,66	430	0,000
	2	86	3,95	0,929	0,112			

**Hayır Düşünmem:1; Evet Düşünürüm:2 olacak şekilde kodlama yapılmıştır.*

Çalışmada ayrıca korelasyon ilişkilerine de bakılmış ve sonuçlar aşağıda yer alan Tablo 3.11'de görüldüğü gibi ortaya çıkmıştır. Korelasyon analizi iki değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini göstermektedir. Negatif katsayılı korelasyonlarda zıt yönlü bir ilişki vardır. Eğer korelasyon katsayısı pozitif ise iki değişken arasında aynı yönlü bir ilişki vardır. Aradaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı ise *p* değerinden anlaşılır. Tablo 3.11'e göre *%1* anlamlılık seviyesinde bilgi ve algı faktörü ile katılım bankası tercihi arasında anlamlı ve pozitif ilişki söz konusudur. *%1* anlamlılık seviyesinde bilgi ve algı faktörü ile diğer ticari bankaları tercih arasında anlamlı ve negatif bir ilişki vardır. Bu sonuçlar hipotez testi sonuçlarını destekler nitelikte ortaya çıkmıştır.

Tablo 3.11: Korelasyon Analizi Sonuçları

		Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?	Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?
Bilgi ve Algı Faktörü	Pearson Korelasyon Katsayısı	,448**	-,371**
	Anlamlılık	0,000	0,000
	Örneklem	467	467

Çalışmada yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere ilgili sorulara verilen cevaplar öncelikle 2 kategoriye düşürülerek analizlerin doğruluğunun ve tutarlılığının arttırılması hedeflenmiştir. Daha sonra aşağıda sonraki başlıklar altında görüleceği üzere bilgi ve algı faktörüne göre tercih grupları üzerinden ANOVA analizi de gerçekleştirilmiştir.

Bu bağlamda "Bir katılım bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusunda örneklemin dengeli şekilde dağılmadığı gözlemlendiğinden "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplara tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 3.12'ye göre "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplar bilgi ve algı faktörüne göre istatistiksel anlamlılık ifade etmektedir (*p değeri:0,000<0,05*).

Tablo 3.12: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler

	Örneklem	***Ortalama***	***Std.Sapma***	***F***	***p değeri***
Kesinlikle tercih etmem.	114	4,52	0,433	25,329	0,000
Tercih etmem.	176	4,35	0,496		
Kararsızım.	98	4,12	0,590		
Tercih ederim	79	3,82	0,887		
Toplam	467	4,25	0,631		

Bu anlamlılık neticesinde ticari banka ile çalışmayı tercih etmeyenlerin bilgi ve algı faktörü ortalaması (4,52 ve 4,35) ticari bankaları tercih edenlerin bilgi ve algı faktörü ortalamasına (3,82) göre daha yüksek seviyededir. Bu farklılık Tablo 3.13'te bulunan Tukey testi sonuçlarından da daha açık şekilde anlaşılmaktadır.

Tablo 3.13: Tukey testi

Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?	***Std.Hata***	***p değeri***

Kesinlikle tercih etmem	Tercih etmem	0,070	0,106
	Kararsızım	0,080	0,000
	Tercih ederim	0,085	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,070	0,106
Tercih etmem	Kesinlikle tercih etmem	0,074	0,009
	Kararsızım	0,079	0,000
	Tercih ederim	0,080	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,074	0,009
Kararsızım	Kesinlikle tercih etmem	0,088	0,004
	Tercih etmem	0,085	0,000
	Tercih ederim	0,079	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,088	0,004
Tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,268	0,482
	Tercih etmem	0,327	0,000
	Kararsızım	0,192	0,082
	Kesinlikle tercih ederim	0,050	0,000
Kesinlikle tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,265	0,685
	Tercih etmem	0,324	0,000
	Kararsızım	0,188	0,000
	Tercih ederim	0,050	0,000

Bu analizden işletme yöneticilerinin katılım bankacılığı tercihinde bilgi ve algı faktörünün etkisi olduğu sonucunu elde ederiz. Dolayısıyla H_2 hipotezi kabul edilir.

3.2.7. Cinsiyetlere Göre Bağımsız Gruplar t-Testi

İşletme sahiplerinden, ortaklarından ya da finans müdürlerinden cinsiyeti kadın olanların "Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz? "Değişkenine verdiği cevapların ortalaması (1,32) ile cinsiyeti erkek olanların cevaplarının ortalaması (1,28) aynı seviyededir (Tablo 3.14).

İşletme sahiplerinden, ortaklarından ya da finans müdürlerinden cinsiyeti kadın olanların Bir "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz? "Değişkenine verdiği cevapların ortalaması (3,71) ile cinsiyeti erkek olanların cevaplarının ortalaması (3,81) aynı seviyededir (Tablo 3.14).

İşletme sahiplerinden, ortaklarından ya da finans müdürlerinden cinsiyeti kadın olanların Bir "İslami Bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz? "Değişkenine verdiği cevapların ortalaması (4,15) ile cinsiyeti erkek olanların cevaplarının ortalaması (4,11) aynı seviyededir (Tablo 3.14).

Tablo 3.14: Grup İstatistikleri

	Cinsiyetiniz	*Örneklem*	*Ortalama*	*Standart Sapma*	*Standart Hata Ortalaması*
Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?	Kadın	53	1,32	0,505	0,064
	Erkek	414	1,28	0,557	0,026
Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?	Kadın	53	3,71	1,014	0,129
	Erkek	414	3,81	1,014	0,048
İslami Bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?	Kadın	53	4,15	0,765	0,097
	Erkek	414	4,11	0,775	0,037

Yapılan analiz sonucunda Tablo 3.15'e göre "Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?", "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?", "İslami Bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?" sorularına verilen cevaplar ile "Katılım Bankacılığı Hakkında Sahip Olunan Bilgi ve Algı Faktörü" cevapların ortalamasına ait ortalamaların eşitliği T-testi sonuçları istatistiksel olarak anlamlılık ifade etmemektedir.

Tablo 3.15: Cinsiyete Göre Bağımsız Gruplar t testi

	Ortalamaların Eşitliği t testi		
	p değeri	*t*	*df*
Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?	0,581	0,545	467
Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?	0,399	-0,729	467
İslami Bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?	0,965	0,381	467
Katılım Bankacılığı Hakkında Sahip Olunan Bilgi ve Algı Faktörü	0,988	-0,814	467

3.2.8. Din Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi

"Bir katılım bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" ifadesinde örneklemin dengeli şekilde dağılmadığı gözlemlenmiştir. Bu gözlem neticesinde "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplara tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 3.16'ya göre "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplar ile

din faktörü katılım derecesi gruplara göre istatistiksel anlamlılık ifade etmektedir (p değeri:0,000<0,05).

Tablo 3.16: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler

	Örneklem	*Ortalama*	*Std. Sapma*	*F*	*p*
Kesinlikle tercih etmem.	114	4,75	0,300	72,403	0,000
Tercih etmem.	176	4,52	0,414		
Kararsızım.	98	4,27	0,478		
Tercih ederim.	79	3,72	0,829		
Toplam	**467**	**4,39**	**0,605**		

Bu anlamlılık neticesinde ticari banka ile çalışmayı tercih etmeyenlerin din faktörü ortalamaları (4,75) ve (4,52) ticari bankaları tercih edenlerin din faktörü ortalamasına (3,72) göre daha yüksek seviyededir. Bu farklılık Tablo 3.17'ye bulunan Tukey testi sonuçlarından daha açık şekilde anlaşılmaktadır.

Tablo 3.17: Tukey testi

Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?		*Std.Hata*	*p değeri*
Kesinlikle tercih etmem	Tercih etmem	0,060	0,001
	Kararsızım	0,069	0,000
	Tercih ederim	0,073	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,060	0,001
Tercih etmem	Kesinlikle tercih etmem	0,063	0,001
	Kararsızım	0,067	0,000
	Tercih ederim	0,069	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,063	0,001
Kararsızım	Kesinlikle tercih etmem	0,075	0,000
	Tercih etmem	0,073	0,000
	Tercih ederim	0,067	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,075	0,000
Tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,268	0,482
	Tercih etmem	0,327	0,000
	Kararsızım	0,192	0,082
	Kesinlikle tercih ederim	0,050	0,000
Kesinlikle tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,265	0,685
	Tercih etmem	0,324	0,000
	Kararsızım	0,188	0,000
	Tercih ederim	0,050	0,000

Bu sonuçlardan, işletme yöneticilerinin katılım bankacılığı tercihlerinde din faktörünün istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkisi olduğu sonucuna varılabilir. Dolayısıyla H_1 hipotezi kabul edilir.

3.2.9. Katılım Bankacılığı Bilgi ve Algısı Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi

"Bir katılım bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusunda örneklemin dengeli şekilde dağılmadığı gözlemlenmiştir. Bu gözlem neticesinde "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplara tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 3.16'ye göre "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplar ile bilgi ve algı faktörü katılım derecesi gruplara göre istatistiksel anlamlılık ifade etmektedir (p değeri:0,000<0,05).

Tablo 3.16: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler

	Örneklem	**Ortalama**	**Std.Sapma**	**F**	***p* değeri**
Kesinlikle tercih etmem.	114	4,52	0,433	25,329	0,000
Tercih etmem.	176	4,35	0,496		
Kararsızım.	98	4,12	0,590		
Tercih ederim	79	3,82	0,887		
Toplam	**467**	**4,25**	**0,631**		

Bu anlamlılık neticesinde ticari banka ile çalışmayı tercih etmeyenlerin bilgi ve algı faktörü ortalaması (4,52ve 4,35) ticari bankaları tercih edenlerin bilgi ve algı faktörü ortalamasına (3,82) göre daha yüksek seviyededir. Bu farklılık Tablo 3.17'de bulunan Tukey testi sonuçlarından daha açık şekilde anlaşılmaktadır.

Tablo 3.17: Tukey testi

Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?		Std.Hata	*p* değeri
Kesinlikle tercih etmem	Tercih etmem	0,070	0,106
	Kararsızım	0,080	0,000
	Tercih ederim	0,085	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,070	0,106
Tercih etmem	Kesinlikle tercih etmem	0,074	0,009
	Kararsızım	0,079	0,000
	Tercih ederim	0,080	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,074	0,009
Kararsızım	Kesinlikle tercih etmem	0,088	0,004
	Tercih etmem	0,085	0,000
	Tercih ederim	0,079	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,088	0,004
Tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,268	0,482
	Tercih etmem	0,327	0,000
	Kararsızım	0,192	0,082
	Kesinlikle tercih ederim	0,050	0,000
Kesinlikle tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,265	0,685
	Tercih etmem	0,324	0,000
	Kararsızım	0,188	0,000

	Tercih ederim	0,050	0,000

Bu analizden işletme yöneticilerinin katılım bankacılığı tercihinde bilgi ve algı faktörünün etkisi olduğu sonucunu elde ederiz. Dolayısıyla H_2 hipotezi kabul edilir.

3.2.10. Katılım Bankacılığı Fayda-Maliyet Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi

"Bir katılım bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusunda örneklemin dengeli şekilde dağılmadığı gözlemlenmiştir. Bu gözlem neticesinde "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplara tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 3.18'e göre "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplar ile fayda-maliyet faktörü katılım derecesi gruplara göre istatistiksel anlamlılık ifade etmektedir (p değeri:0,002<0,05).

Tablo 3.18: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler

	Örneklem	*Ortalama*	*Std. Sapma*	*F*	*p değeri*
Kesinlikle tercih etmem.	114	3,48	0,76	5,159	0,002
Tercih etmem.	176	3,36	0,76		
Kararsızım.	98	3,46	0,69		
Tercih ederim.	79	3,09	0,74		
Toplam	467	3,36	0,75		

Bu anlamlılık neticesinde ticari banka ile çalışmayı tercih etmeyenlerin fayda-maliyet faktörü ortalaması (3,48 ve 3,36) ticari bankaları tercih edenlerin fayda-maliyet faktörü ortalamasına (3,09) göre daha yüksek seviyededir. Bu farklılık Tablo 3.19'da bulunan Tukey testi sonuçlarından daha açık şekilde anlaşılmaktadır.

Tablo 3.19: Tukey testi

Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?		*Std.Hata*	*p değeri*
Kesinlikle tercih etmem	Tercih etmem	0,090	0,496
	Kararsızım	0,103	0,994
	Tercih ederim	0,109	0,002
	Kesinlikle tercih ederim	0,090	0,496
Tercih etmem	Kesinlikle tercih etmem	0,094	0,710
	Kararsızım	0,101	0,037
	Tercih ederim	0,103	0,994
	Kesinlikle tercih ederim	0,094	0,710
Kararsızım	Kesinlikle tercih etmem	0,113	0,006
	Tercih etmem	0,109	0,002
	Tercih ederim	0,101	0,037

	Kesinlikle tercih ederim	0,113	0,006
Tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,268	0,482
	Tercih etmem	0,327	0,000
	Kararsızım	0,192	0,082
	Kesinlikle tercih ederim	0,051	0,000
Kesinlikle tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,266	0,685
	Tercih etmem	0,325	0,000
	Kararsızım	0,189	0,000
	Tercih ederim	0,051	0,000

Bu analizden işletme yöneticilerinin katılım bankacılığı tercihinde fayda-maliyet faktörünün etkisi olduğu sonucunu elde ederiz. Dolayısıyla H_3 hipotezi kabul edilir.

3.2.11. Katılım Bankacılığı Ürün Çeşitliliği Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi

"Bir katılım bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusunda örneklemin dengeli şekilde dağılmadığı gözlemlenmiştir. Bu gözlem neticesinde "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplara tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 3.20'ye göre "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplar ile ürün çeşitliliği faktörü katılım derecesi gruplara göre istatistiksel anlamlılık ifade etmektedir (p değeri:0,000<0,05).

Tablo 3.20: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler

	Örneklem	***Ortalama***	***Std. Sapma***	***F***	***p değeri***
Kesinlikle tercih etmem.	114	4,30	0,550	17,116	0,000
Tercih etmem.	176	4,06	0,546		
Kararsızım.	98	3,97	0,531		
Tercih ederim.	79	3,69	0,745		
Toplam	467	4,04	0,612		

Bu anlamlılık neticesinde ticari banka ile çalışmayı tercih etmeyenlerin ürün çeşitliliği faktörü ortalaması (4,30 ve 4,06) ticari bankalar ile çalışmayı tercih edenlerin ürün çeşitliliği faktörü ortalamasına (3,69) göre daha yüksek seviyededir. Bu farklılık Tablo 3.21'de bulunan Tukey testi sonuçlarından daha açık şekilde anlaşılmaktadır.

Tablo 3.21: Tukey testi

Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?	***Std.Hata***	***p değeri***

Kesinlikle tercih etmem	Tercih etmem	0,070	0,005
	Kararsızım	0,080	0,000
	Tercih ederim	0,085	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,070	0,005
Tercih etmem	Kesinlikle tercih etmem	0,073	0,591
	Kararsızım	0,078	0,000
	Tercih ederim	0,080	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,073	0,591
Kararsızım	Kesinlikle tercih etmem	0,088	0,010
	Tercih etmem	0,085	0,000
	Tercih ederim	0,078	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,088	0,010
Tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,268	0,482
	Tercih etmem	0,327	0,000
	Kararsızım	0,192	0,082
	Kesinlikle tercih ederim	0,051	0,000
Kesinlikle tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,266	0,685
	Tercih etmem	0,325	0,000
	Kararsızım	0,189	0,000
	Tercih ederim	0,051	0,000

Bu sonuçlardan, işletme yöneticilerinin katılım bankacılığı tercihlerinde ürün çeşitliliği faktörünün istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkisi olduğu sonucunu varılabilir. Dolayısıyla H_4 hipotezi kabul edilir.

3.2.12. Katılım Bankacılığı Hizmet Kalitesi ve Hız Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi

"Bir katılım bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusunda örneklemin dengeli şekilde dağılmadığı gözlemlenmiştir. Bu gözlem neticesinde "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplara tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 3.22'ye göre "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplar ile hizmet kalitesi ve hız faktörü katılım derecesi gruplara göre istatistiksel anlamlılık ifade etmektedir (p değeri:0,000<0,05).

Tablo 3.22: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler

	Örneklem	*Ortalama*	*Std. Sapma*	*F*	*p değeri*
Kesinlikle tercih etmem	114	4,35	0,71	10,267	0,000
Tercih etmem	176	4,16	0,65		
Kararsızım	98	4,14	0,71		
Tercih ederim	79	3,78	0,81		
Toplam	**467**	**4,14**	**0,73**		

Bu anlamlılık neticesinde ticari banka ile çalışmayı tercih etmeyenlerin hizmet kalitesi ve hız faktörü ortalaması (4,35 ve 4,16) ticari bankaları tercih edenlerin hizmet kalitesi ve hız faktörü ortalamasına (3,78) göre daha yüksek seviyededir. Bu farklılık Tablo 3.23'te bulunan Tukey testi sonuçlarından daha açık şekilde anlaşılmaktadır.

Tablo 3.23: Tukey testi

Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?		**Std.Hata**	***p* değeri**
Kesinlikle tercih etmem	Tercih etmem	0,085	0,126
	Kararsızım	0,098	0,143
	Tercih ederim	0,104	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,085	0,126
Tercih etmem	Kesinlikle tercih etmem	0,089	0,995
	Kararsızım	0,096	0,000
	Tercih ederim	0,098	0,143
	Kesinlikle tercih ederim	0,089	0,995
Kararsızım	Kesinlikle tercih etmem	0,107	0,004
	Tercih etmem	0,104	0,000
	Tercih ederim	0,096	0,000
	Kesinlikle tercih ederim	0,107	0,004
Tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,268	0,482
	Tercih etmem	0,327	0,000
	Kararsızım	0,192	0,082
	Kesinlikle tercih ederim	0,051	0,000
Kesinlikle tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,266	0,685
	Tercih etmem	0,325	0,000
	Kararsızım	0,189	0,000
	Tercih ederim	0,051	0,000

Bu analizden işletme yöneticilerinin katılım bankacılığı tercihinde hizmet kalitesi ve hız faktörünün etkisi olduğu sonucunu elde ederiz. Dolayısıyla H_5 hipotezi kabul edilir.

3.2.13. Katılım Bankacılığı Finansman Şekli Bilgisi Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi

"Bir katılım bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusunda örneklemin dengeli şekilde dağılmadığı gözlemlenmiştir. Bu gözlem neticesinde "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplara tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 3.24'e göre "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplar ile finansman şekli bilgisi faktörü katılım derecesi gruplara göre istatistiksel anlamlılık ifade etmektedir (*p değeri:0,000<0,05*).

Tablo 3.24: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler

	Örneklem	*Ortalama*	*Std. Sapma*	*F*	*p değeri*
Kesinlikle tercih etmem	114	4,55	0,700	5,400	0,001
Tercih etmem	176	4,50	0,742		
Kararsızım	98	4,34	0,765		
Tercih ederim	79	4,16	0,827		
Toplam	467	4,42	0,762		

Bu anlamlılık neticesinde ticari banka ile çalışmayı tercih etmeyenlerin finansman şekli bilgisi faktörü ortalaması (4,55 ve 4,52) ticari bankaları tercih edenlerin finansman şekli bilgisi faktörü ortalamasına (4,16) göre daha yüksek seviyededir. Bu farklılık Tablo 3.25'te bulunan Tukey testi sonuçlarından daha açık şekilde anlaşılmaktadır.

Tablo 3.25: Tukey testi

Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?		*Std.Hata*	*p değeri*
Kesinlikle tercih etmem	Tercih etmem	0,090	0,942
	Kararsızım	0,104	0,162
	Tercih ederim	0,110	0,002
	Kesinlikle tercih ederim	0,090	0,942
Tercih etmem	Kesinlikle tercih etmem	0,095	0,310
	Kararsızım	0,102	0,005
	Tercih ederim	0,104	0,162
	Kesinlikle tercih ederim	0,095	0,310
Kararsızım	Kesinlikle tercih etmem	0,114	0,404
	Tercih etmem	0,110	0,002
	Tercih ederim	0,102	0,005
	Kesinlikle tercih ederim	0,114	0,404
Tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,268	0,482
	Tercih etmem	0,327	0,000
	Kararsızım	0,192	0,082
	Kesinlikle tercih ederim	0,051	0,000
Kesinlikle tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,266	0,685
	Tercih etmem	0,325	0,000
	Kararsızım	0,189	0,000
	Tercih ederim	0,051	0,000

Bu sonuçlardan, işletme yöneticilerinin katılım bankacılığı tercihlerinde finansman şekli bilgisi faktörünün istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkisi olduğu sonucunu varılabilir. Dolayısıyla H_6 hipotezi kabul edilir.

3.2.14. Katılım Bankacılığı Dil Faktörünün İslami Bankacılık Tercihine Etkisi ANOVA Analizi

"Bir katılım bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusunda örneklemin dengeli şekilde dağılmadığı gözlemlenmiştir. Bu gözlem neticesinde "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplara tek yönlü ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 3.26'ya göre "Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?" sorusuna verilen cevaplar ile dil faktörü katılım derecesi gruplara göre istatistiksel anlamlılık ifade etmektedir (*p değeri:0,041<0,05*)

Tablo 3.26: Tek Yönlü ANOVA Testi Tanımlayıcı İstatistikler

	Örneklem	***Ortalama***	***Std. Sapma***	***F***	***p değeri***
Kesinlikle tercih etmem	114	2,69	1,02	3,144	0,025
Tercih etmem	176	2,89	0,96		
Kararsızım	98	3,07	1,02		
Tercih ederim	79	3,02	0,93		
Toplam	467	2,90	0,99		

Bu anlamlılık neticesinde ticari banka ile çalışmayı tercih etmeyenlerin dil faktörü ortalaması (2,89 ve 2,61), ticari bankaları tercih edenlerin dil faktörü ortalamasına (3,02) göre daha düşük seviyededir. Bu farklılık Tablo 3.27'de bulunan Tukey testi sonuçlarından daha açık şekilde anlaşılmaktadır.

Tablo 3.27: Tukey testi

Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?		***Std.Hata***	***p değeri***
Kesinlikle tercih etmem	Tercih etmem	0,118	0,313
	Kararsızım	0,135	0,025
	Tercih ederim	0,144	0,100
	Kesinlikle tercih ederim	0,118	0,313
Tercih etmem	Kesinlikle tercih etmem	0,124	0,470
	Kararsızım	0,133	0,775
	Tercih ederim	0,135	0,025
	Kesinlikle tercih ederim	0,124	0,470
Kararsızım	Kesinlikle tercih etmem	0,149	0,985
	Tercih etmem	0,144	0,100
	Tercih ederim	0,133	0,775
	Kesinlikle tercih ederim	0,149	0,985
Tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,268	0,482
	Tercih etmem	0,327	0,000
	Kararsızım	0,192	0,082
	Kesinlikle tercih ederim	0,051	0,000
Kesinlikle tercih ederim	Kesinlikle tercih etmem	0,266	0,685
	Tercih etmem	0,325	0,000
	Kararsızım	0,189	0,000

	Tercih ederim	0,051	0,000

Bu sonuçlardan, işletme yöneticilerinin katılım bankacılığı tercihlerinde dil faktörünün istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkisi olduğu sonucunu varılabilir. Dolayısıyla H_7 hipotezi kabul edilir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Katılım bankaları, 1983 yılında çıkartılan Kanun Hükmünde Kararname ile "Özel Finans Kuruluşu" statüsüne sahip olarak Türk finans sistemine girmiştir. Katılım bankalarında, cari ve katılma hesaplarında toplanan tasarrufların 100 bin Türk lirasına kadar olan kısmı 2005 yılında çıkartılan kanun ile Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) güvencesine alınmıştır. Katılım bankaları, artan iş hacimleri sebebiyle ülke ekonomilerinin vazgeçilmez birer aktörü olmaya başlamıştır. Bankacılık işlemlerini faizsiz gerçekleştirmek isteyen bireyler ve kurumlar için katılım bankaları, konvansiyonel bankalara alternatif olarak görülmektedir. Katılım bankaları, konvansiyonel bankaların sundukları ürün ve hizmetlerin hemen hemen tamamını sunmaları nedeniyle bireysel ve kurumsal müşterilerin taleplerini karşılayabilme kapasitesine sahiptirler.

Türkiye'de faaliyet gösteren altı adet katılım bankasının Türk Bankacılık Sistemine oranla tüm göstergelerde daha yüksek oranda artış göstermektedir. Bu gözlem, insanların İslami bankacılığa olan ilgisinin gün geçtikçe arttığını göstermektedir (TKBB, 2020).

Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının sektör içerisindeki payının %5 civarında seyretmesi ve daha önce yaşanan olumsuz örnekler müşterilerin tercihlerinde geriye ket vurmaktadır. Söz konusu problemin çözümü için; başta kamu bankaları tarafından kurulan katılım bankaları olmak üzere tüm katılım bankaları, şube sayılarını artırma politikası yürütürlerse katılım bankacılığı sektörü ivme kazanacaktır.

Bankalar, müşterilerinin ihtiyaçlarını iyi analiz etmelidir. Bu sayede, ihtiyaçları tam olarak karşılayacak yeni ürün ve hizmetlerini geliştirerek rakiplerine karşı daha güçlü hâle gelirler. Katılım bankaları, sektör dinamiklerini iyi bir şekilde kavrayabilmek amacıyla müşteri hizmetleri veya anket şirketleri aracılığıyla sektördeki konumunu tespit edebilmeli ve elde edecekleri bulgulara dayanarak stratejiler geliştirmelidir.

Gelişen rekabet ortamından bankacılık sektörü de etkilenmektedir. Katılım bankalarının ürün geliştirme ve pazarlama bölümlerinin en önemli görevi bireylerin ve işletme sahiplerinin ihtiyaçlarını tespit ederek söz konusu ihtiyaçlara çözümler

bulabilmektir. Bu anlamda bankalar, yeni müşteriler kazanabilmek ve mevcut müşterilerini kaybetmemek için güncel sektör dinamiklerini ve teknolojiyi son derece yakından takip etmeli ve ona göre pozisyon almalıdırlar.

Türkiye'de katılım bankalarının tercih sebeplerini tespit etmeye yönelik çalışmalar genellikle bireysel müşterilerin tercihleri üzerine yoğunlaşmıştır. Katılım bankaları ile çalışmayı tercih eden KOBİ'lerin tercih nedenlerini anlamaya ve analiz etmeye yönelik çalışmalar yok denecek kadar azdır.

Katılım bankaları müşterilerini farklı gruplara ayırmak mümkündür; bunlardan ilki ve belki de en önemlisi İslam'da faizin yasak olması nedeniyle İslami bankaları tercih eden müşterilerdir. Diğer bir müşteri grubu ise; faizsiz bankacılık sistemini tam olarak benimsememiş fakat; finansman kullanımında katılım bankalarından başka seçeneği olmayan müşteri grubudur. Bir başka müşteri grubu ise; faizsiz bankacılık sistemini daha önce hiç duymamış, çevresinin etkisi ile veya banka personeli ile olan samimiyeti aracılığıyla katılım bankalarını tercih eden müşteri grubudur.

Personelin moralinin yüksek olması ve hedef baskısını her an üzerinde hissetmemesi de müşteri memnuniyeti açısından oldukça önemlidir. Konvansiyonel bankalarda örneklerine rastladığımız yer alan performansa dayalı iş akdinin feshedilmesi gibi sebepler personelin performansını olumsuz etkilemektedir. Ayrıca işsiz kalma korkusu ile baş başa kalan personel katılım bankacılığı prensiplerinden taviz verebilmektedir.

Bu çalışmada beşli Likert tipi ölçek kullanılarak Çankırı ili ilçelerinden anket yöntemi ile elde edilen veriler kullanılmıştır. Anketler, işletme sahiplerinin, yöneticilerinin ve finans müdürlerinin demografik özelliklerini içeren sorular, katılım bankalarına yönelik ilgi ve ilişkilerini içeren ve katılım bankası tercihlerini analiz etmek için yöneltilen 36 soru ve ifadeden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde işletme sahiplerinin, yöneticilerinin ve finans müdürlerinin demografik özelliklerine yönelik sorular, ikinci grupta da işletme sahiplerinin, yöneticilerinin ve finans müdürlerinin katılım bankalarını tercih sebeplerini içeren ifadeler yer almaktadır.

Çalışmada SPSS 25.0 paket programı ile veriler analiz edilmiştir. İstatistiksel sonuçların ve örneklemin durumunun rakamsal özetlenebilmesi için betimleyici analiz, geliştirilen anket soruların güvenilirlik ve geçerliliğini ölçebilmek amacıyla faktör analizi, ölçümü yapılan değişkenlerin çeşitli gruplar arası ortalamalarının farklılığını ölçebilmek için t- testleri gerçekleştirilmiştir. Katılım bankası tercihlerini etkileyen faktörlerin, bağımsız değişken açısından farklılık durumlarının bulunması için varyans analizleri uygulanmıştır. Elde edilen varyans analizleri sonucunda farklılık bulunması halinde, elde edilen farklılığa hangi değişkenlerin neden olduğunun tespiti için ise Tukey testinden yararlanılmıştır.

Yapılan ANOVA testleri ve Post-Hoc testleri işletme sahiplerinin, yöneticilerinin ve finans müdürlerinin katılım bankasını tercih etmesinde sırasıyla; din faktörü, katılım bankacılığı bilgisi ve algı faktörü, fayda-maliyet faktörü, ürün çeşitliliği faktörü, hizmet kalitesi ve hız faktörü ve finansman şekli bilgisi faktörünün etkili olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, t testi analizlerinin sonuçlarına göre KOBİ yöneticilerinin katılım bankası tercihinde cinsiyetleri açısından bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir.

Bu çalışmanın sonuçları, Dayı (2019) tarafından yapılan çalışmada tespit edilen din faktörü ile; Çambel (2019) tarafından yapılan çalışmada tespit edilen din faktörü ve hizmet kalitesi faktörü ile; Karakaya ve Karamustafa (2004) tarafından yapılan çalışmada tespit edilen kazanç faktörü ile benzerlik göstermiştir. Çalışma ayrıca Okumuş (2005) tarafından yapılan çalışma sonucunda tespit edilen hizmet kalitesi faktörü ile, Cebeci ve Çubuk (2016) yapılan çalışmada ürün çeşitliliği faktörü, finansman şekli faktörü ve kazanç düzeyi faktörü ile; Hasan ve diğerleri (2012) tarafından yapılan çalışma sonucunda din faktörü, hizmet kalitesi faktörü ve kazanç düzeyi faktörü ile uyumludur. Çalışma ayrıca Warde (2000), Ayub (2007) ve El-Gamal (2006) tarafından yapılan çalışmaların bulguları ile genel anlamda uyumludur.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlardan hareketle; katılım bankalarının mevcut müşterilerini tutundurmada ve potansiyel müşterilerini kazanma noktasında pazarlama stratejilerini yenilemelerinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Değişen ve büyüyen ekonomilerde müşterilerin ihtiyaçları da gün geçtikçe değişmektedir. Katılım bankaları bu isteklere cevap verebildikleri ölçüde sektör paylarını büyütebilirler.

Personel yetkinliğinin artırılması, teknolojiye ayak uydurma, katılım bankacılığının insanlara daha sade ve anlaşılır şekilde anlatılması ve müşteri odaklı yaklaşımlara dikkat edilmesi hem sektörün hem de kurumların gelişmesini sağlayacaktır. Ayrıca üniversiteler ve çeşitli sivil toplum kuruluşları ile katılım bankaları arasında yapılacak anlaşmalar, konferanslar ve sempozyumlar ile bireylerin İslami bankacılığa ait finansal okur yazarlığın artırılması sağlanabilir. İslami bankacılık okur yazarlığının artırılması ile katılım bankalarının bilinirliliği artırılıp, mevcut müşterilere ve potansiyel müşteri adaylarına çalışma prensipleri daha sade şekilde anlatılabilir.

KAYNAKÇA

Abbam, A., Dadson, I., & Say, J. (2015). An Empirical Analysis of Customer Choice of Banks in Ghana . *European Journal of Business and Management* , 49-55.

Afşar, M. (2006). *Finansal Sistem ve İşleyişi.* Eskişehir: Gülen Ofset.

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

Akkuş, H. T. (2017). Türk bankacılık Sektöründeki Katılım Bankalarının Finansal İstikrarının Stres Testi Yönetimiyle Analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü*.

Aktepe, İ. E. (2010). *İslâm Hukuku Çerçevesinde Finansman ve Bankacılık.* İstanbul: Erkam Matbaası.

Akyüz, O. (2000). Türkiye'de Özel Finans Kurumları - Teori ve Uygulama. *Albaraka Türk Yayınları*.

Al, H. (1998). Türkiye'de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi-Tazminata Kadar Osmanlı Devleti'nde Bankacılık Faaliyetleri. *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*.

Al-Ajmi, J., Hussain, H. A., & Al-Saleh, N. (2009). Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain: How they choose which bank to patronize. *International Journal of Social Economics*, 1086-1112.

Amin, H. (2008). Choice Criteria for Islamic Home Financing: Empirical Investigation Among Malaysian Bank Customers. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 256-274.

Anaç, T. (2017). Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercihlerini Etkileyen Faktörler.

Apil, A. R. (2009). Türkiye Örneğinde Katılım Bankacılığına Müşteri Yaklaşımları . *TKBB, Katılım Bankacılığının Finans Sektörüne Getirdiği Yenilik ve Açılımlar Başlıklı Bilimsel Araştırma Yarışması*.

Artun, T. (1979). *İşlevi, Gelişimi, Özellikleri ve Sorunlarıyla Türkiye'de Bankacılık.* Ankara: Tekin Yayınevi.

Aslan, T., & Sönmez, Y. (2018). Malezya'da Katılım Bankacılığı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*.

Atar, A. (2017). Başlangıcından Günümüze Dünyada ve Türkiye' de İslami Bankacılığın Genel Durumu. *Journal of History Culture and Art Research*.

Awan, H. M., & Bukhari, K. S. (2011). Customer's criteria for selecting an Islamic bank: evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 14-27.

Aysraf, W. D. (2008). Understanding the objectives of Islamic banking: a survey of stakeholders perspectives. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 132-148.

Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic finance.* West Sussex: Wiley and Sons Ltd.

Bağcı, H. (2013). Ticari Bankalar İle Katılım Bankalarının Karlılık Performanslarının Topsis Yöntemiyle Karşılaştırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Bankacılık Kanunu. (2005).

Battal, A. (1999). *Bankalarla Karşılaştırmalı Olarak Hukuki Yönden Özel Finans Kurumları.* Ankara: BTHA Yayınları.

Buchari, I., Rafiki, A., & Qassab, M. A. (2015). Awareness and Attitudes of Employees towards Islamic Banking Products in Bahrain. *Procedia Economics and Finance*, 68-78.

Buğan, F. M. (2015). Katılım Bankaları İle Konvansiyonel Bankaların Etkinliklerinin VZA ve Malmquist TFV Endeksi İle karşılaştırılması. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Bulut, Ş. (2014). Müşteri Tercihlerinin Belirleyicisi Olarak Ürün ve Hizmet Kalitesi: Katılım Bankaları ile Ticari Bankaların Karşılaştırmalı Analizi. *Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, 42.

Can, M. A. (2007). *Banka Kartlarının İslam Hukuku Açısından Değerlendirilmesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Cebeci, İ., & Çabuk, Z. (2016). Tüketicilerin Banka Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Giresun'da Bir Araştırma. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 8*(14), 57-66.

Coşkun, A. (2008). Katılım Bankalarının Bankacılık Sektöründeki Yeri ve Önemi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Çalık, E., & Aygün, M. (2017). Geleneksel Bankalar ile Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Basel 3 Kriterleri Açısından Kıyaslanması. *Journal of Current Researches on Business and Economics*.

Çambel, H. (2019). İşletmelerin Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörler: Bolu Örneği.

Çankaya, F., & Öz, M. (2001). *Türkiye'de Kamu Bankalarının Özelleştirilmesi.* İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.

Çobankaya, F. T. (2014). *Katılım Bankalarının Türkiye'deki Farkındalık Düzeyinin Tespiti: Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma.* Isparta.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları.* Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Çürük, S. (2013). İslami Finansın Türkiye'deki Gelişimi, Mevcut Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Selçuk Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi*.

Dağ, S. (2011). Türkiye'deki Katılım ve Mevduat Bankalarının Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Karşılaştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Dayı, F. (2019). Katılım Bankacılığının Tercih Nedenlerinin Sadakat ve Güven Üzerindeki Etkisi:Türkiye Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 1788-1806.

Deloitte. (2014). *Türkiye Katılım Bankacılığı.* İstanbul.

Demir, Z. (2018). Kobilerin Finansal Problemlerinde Çözümünde Girişim Sermayesi Fonlarının Önemi ve Rolü: Katılım Bankacılığına Yen Bir Model Analizi. *stanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Destebaşı, A. N. (2018). Enflasyon ve Faiz İlişkisi Üzerine İslamiyet Açısından Bir Değerlendirme. *Enderun Dergisi*, 32-37.

Doğan, İ., Marangoz, M., & Topoyan, M. (2003). İşletmelerin İç ve Dış Pazarda rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.

Doğan, S. (2008). Katılım Bankaları ve Ekonomiye Etkileri: Türkiye Örneği . *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Durak, İ., Bayat, M., & Arslan, H. M. (2017). Banka Seçiminde Müşteri Tercihleri: Katılım Bankaları Üzerine Amprik Bir İnceleme. *The Journal of Social Science*, 60-70.

Durmuş, A. (2008). Fıkhi Açıdan Günümüz Para Mübadelesi İşlemleri, Doktora Tezi. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Why do Malaysian customerspatronise Islamic banks? *International Journal of Bank Marketing*, 142-160.

Echchabi, A., & Aziz, H. A. (2012). Empirical Investigation of Customers' Perception and Adoption Towards Islamic Banking Services in Morocco. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12-6.
Edemol, H. (1993). *Bankalarda Dış Ticaret İşlemleri ve Uygulama.* İstanbul: Akbank Ekonomi Yayınları.
El-Gamal, M. (2006). *Islamic finance: Law, economics and practice.* Cambridge: Cambridge University Press.
Emeç, Ö. (2014). Katılım Bankacılığının Tarihi ve Geleceği. *İstanbul Şehir Üniversitesi İşletme Enstitüsü*.
Erdem, E. (2010). *Para Banka ve Finansal Sistem.* Ankara: Detay Yayıncılık.
Erdoğan, D. (2011). Katılım Bankacılığı ve Türkiye Ekonomisine Katkıları. *Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü*.
Eskici, M. M. (2007). *Türkiye'de Ktılım Bankacılığı Uygulaması ve Katılım Bankalarının Müşteri Özellikleri.*
EY. (2014). *Global Takaful İnsights.* Ernst & Young.
Gait, A., & Worthington, A. (2008). An Empirical Survey of Individual Consumer, Business firm and financial Institution Attitudes Towards Islamic Methods of Finance. *International Jounal of Social Economics*, 50-62.
Gait, A., & Worthington, A. (2009). Attitudes perceptions and motivations of Libyan retail customers towards Islamic methods of finance. *Asian Finance Association International Conference.* Brisbane.
Gençtürk, M., & Çobankaya, F. T. (2015). Katılım bankalarının Batı Akdeniz bölgesindeki farkındalık düzeyinin tespiti. *Bankacılar Dergisi*, 82-105.
Geylan, R. (1985). *Ticari Banka Yönetimi ve Türk Ticaret Bankalarının Temel Yönetim Sorunları.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
Gödeş, M. (2016). Basel-3 Kriterlerinin Katılım Bankacılığına Etkileri: Türkiye Örneği. *Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü*.
Gudil, O. (2007). Türkiye' de Katılım Bankacılığı ve Katılım Bankalarının Getirisi İle Alternatif Yatırım Araçları Getirilerinin Analizi (2004-2006). *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
Güneş, A. (2002). Özel Finans Kurumlarının Performans Açısından Değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
Güneş, A. (2002). Özel Finans Kurumlarının Performans Açısından Değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
Güney, A. (2007). *Banka İşlemleri.* İstanbul: Beta Yayınları.
Hai, D. H., Tuan, N. P., & Tuan, P. V. (2015). Factors Contributing to the Development of the Retail Banking Services in Hanoi, Vietnam. *Asian Social Science*, 364-368.
Hanif, M. (2011). Differences and Similarities ın Islamic and Conventional Banking. *International Journal of Business and Social Sciences*, 166-175.
Hasan, S. A., Subhani, M. I., Rafiq, M. F., Nayaz, M., & Osman, A. (2012). Consumer Criteria for the Selection of an Islamic Bank: Evidence from Pakistan. *International Research Journal of Finance and Economics*.
Kahyaoğlu, S., & Özkara, Z. U. (2018). *Katılım Finans: Teorik ve Ampirik Çalışmalar.* Ankara: Gazi Kitabevi.
Karacaoğlan, Ç. (2011). Yabancı Sermayeli Bankaların Türk Bankacılık Sektörüne Girişi. *Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Karakaya, A., & Karamustafa, O. (2004). Bankalarda Teknoloji Yoğun Finansal Ürünlerin Kullanılmasında Müşteri Özelliklerinin Rolü. *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, 1-6.

Karakoç, Y. (2011). Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankacılığının Yeri ve İşleyişi. *Beykent Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi*.

Kaya, B. (2013). Katılım Bankalarında Bireysel Emeklilik Sistemi ve İşleyişi. *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*.

Kaya, F. (2014). *Bankacılık Giriş ve İlkeleri.* İstanbul: Beta Yayınları.

Kaya, Ö. (2010). Katılım Bankacılığının Gelişimi ve Türk Bankacılık Sistemi İçerisindeki Etkinliğinin Araştırılması. *İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi*, 15.

Kaytancı, B. G., Ergeç, E. H., & Toprak, M. (2013). Katılım bankası müşterilerinde bankacılık ürün ve hizmetlerine yönelik memnuniyet: Türkiye örneği. *Internatıonal Conference On Eurasıan Economıes*, 801-811.

Kepenek, Y., & Yentürk, N. (2005). *Türkiye Ekonomisi.* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Khaitbaeva, S., Enyinda, C., & Al-Subaiey, A. A. (2015). An Empirical Analysis of Attributes Influencing Bank Selection Choices by Customers in the UAE: The Dubai Context. *Global Journal of Emerging Trends in e-Business, Marketing and Consumer Psychology*, 193-207.

Korkmaz, S., & Gövdeli, Y. E. (2004). Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürünleri İle Bunların Gelişiminde ve Pazarlanmasında Eğitimin Önemi. *Gazi Üniversitesi, Endüstriyel*, 11.

Mahmud, F. (2016). Türkiye'de Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etme Nedenleri. *Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 24.

Mansour, W., Abdelhamid, M. B., Masood, O., & Niazi, G. S. (2010). Islamic banking and customers' preferences: the case of the UK. *Qualitative Research in Financial Markets*, 185-199.

Marimuthu, M. (2010). Islamic Banking Selection Criteria and Implications. *Global Jurnals of Human Social Science*, 55-58.

Metwally, M. (1996). Attitudes of Muslims Towards Islamic Banks in a Dual-banking System. *Journal of Islamic Finance*, 11-17.

Mumu, F., & Guozho, J. (2012). Why Do Pakistani Customers Patronize Islamic Banks- An Empirical Analysis. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Economics and Management Engineering*, 1207-1208.

Mücahitoğlu, N. (2015). *Türkiye' de Katılım Bankalarının Finansal Kiralamadaki Yeri, Diğer Finansal Kiralama Şirketleri İle Karşılaştırılması ve Sektörde Sukuk Uygulaması Beklentileri.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Naser, K., Jamal, A., & Al-Khatib, K. (1999). Islamic banking: a study of customer satisfaction and preferences in Jordan. *International journal of bank marketing*, 135-151.

Okpara, G. S., & Onuoha, A. (2013). Bank Selection and Patronage By University Students: A Survey of Students in Umudike, Nigeria. *Asian Journal of Business Review*, 12-18.

Okumuş, H. Ş. (2005). Interest-Free Banking in Turkey: A Study of Customer Satisfaction and Bank Selection Criteria. *Journal of Economic Cooperation, 26*(4), 51-86.

Öçal, T., & Çolak, Ö. F. (1999). *Finansal Sistem ve Bankalar.* Ankara: Nobel Yayınları.
Önal, R. (2000). Türkiye'de Özel Finans Kurumlarının Dünü, Bugünü ve Yarını Sempozyumu Konuşması. *Albaraka Türk Yayınları*.
Örnek Yılmaz, H. (2016). *Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankalarının Tercih Nedenleri ve Bir Uygulama.* İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
Özbay, F. (2014). *Katılım Bankacılığı ve Türkiye' deki Uygulamaları.* İzmir: Gediz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
Özdemir, S. (2002). *Avrupa Birliği ve Türk Bankacılığı : Karşılaştırmalı Analiz.* Ankara: BDDK Yayını.
Özen, E., Şenyıldız, L., & Karabulut, K. (2016). Faizsiz Bankacılık Algısı: Uşak İli Örneği. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 1-19.
Özeroğlu, A. İ. (2014). Sukuk ve Türkiye'de Sukuk'un Uygulanabilirliğinin Değerlendirilmesi. *Tarih Okulu Dergisi*, 751-772.
Özkan, H. (2012). Katılım Bankacılığının Klasik Bankalarla Karşılaştırılması ve Muhasebe Uygulamaları. *Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
Özsoy, İ. (2011). *Türkiye'de Katılım Bankacılığı.* İstanbul: TKBB.
Özsoy, İ., Görmez, B., & Mekik, S. (2013). Türkiye'de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Ampirik Bir Tetkik. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 20*(1).
Parasız, İ. (2000). *Para Banka ve Finansal Piyasalar.* Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
Pehlivan, P. (2016). Türkiye'de Katılım Bankacılığı ve Bankacılık Sektöründeki Önemi. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*.
Polat, S. (2015). Katılım Bankaları Sigorta Uygulamalarında Tekafülün Yeri ve Geleceği. *Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü*.
Sarı, B. (2010). Türkiye'de Faizsiz Bankacılık Sektöründe Müşteri Memnuniyeti ve Banka Tercihleri Üzerine bir Uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi, Yükseklisans Tezi*.
Sarı, S., & Güngör, N. (2018). Türkiye' de Katılım Bankacılığı Alanında Hazırlanmış Lisanüstü Çalışmalar: Bir Literatür İncelemesi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 53.
Serpam (Sermaye Piyasası Araştırma ve Uyg Merkezi). (2013). *İslâmî Finans, Araştırma Notları 1,İslamî Finans Kavramı, Ürünler, Dünyada ve Türkiye'de Gelişimi ve Geleceği.*
Subhani, M. (2012). Consumer Criteria for the Selection of an Islamic Bank: Evidence from Pakistan. *International Research Journal of Finance and Economics*, 94-118.
Takan, M. (2002). *Bankacılık, Teori, Uygulama ve Yöntem.* İstanbul: Nobel Yayınevi.
Tenekeci, M. (2017). Katılım Bankacılığının Finansal İstikrara Etkisi: Türkiye Örneği. *KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
Toraman, C., Ata, A., & Buğan, F. (2015). İslami Bankacılık Faaliyetlerine Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*.
Tosun, M. (2000). Türk Mali Sisteminde Özel Finans Kurumları Deneyimi ve ÖFK'ların Türk Bankacılık Sistemi İçindeki Yerleri Üzerine. *Albaraka Türk Yayınları*, 180.

Tunç, H. (2010). *Katılım Bankacılığı Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması.* İstanbul: Nesil Yayınları.
Turhan, N. (2010). *Dış Ticaret ve Akreditifli İşlemlerin Uluslararası Uygulama Kılavuzu.* İstanbul: Adalet Yayınevi.
Türkmenoğlu, E. (2007). Katılım Bankacılığı ve Türkiye'deki Finansal Yapı. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
Uçar, M. (1992). *Türkiye'de-Dünya'da Faizsiz Bankacılık ve Hesap Sistemleri.* İstanbul: Fey Vakfı.
Ustaoğlu, D. (2014). *Türkiye'de Katılım Bankacılığı Yeri ve Önemi.* Aydın.
Uzkesici, N. (1994). *Modern Banka Yönetimi ve Organizasyonu.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
Warde, I. (2000). *Islamic Finance in the Global Economy.* Edinburgh: Edinburgh University Press.
www.albaraka.com.tr/ortaklik-yapisi, Erişim Tarihi:01.05.2020. (2020). Albaraka Türk. adresinden alındı
www.bereket.com.tr/kurumsal/ortaklik-yapisi/emeklilik, Erişim tarihi:28.01.2020. (2020). Bereket Emeklilik. adresinden alındı
www.bereket.com.tr/kurumsal/ortaklik-yapisi/sigorta, Erişim tarihi: 28.01.2020. (2020). Bereket Sigorta. adresinden alındı
www.katilimdunyasi.com/2019/01/28/emlak-katilimin-ilk-mudurleri-belli-oldu/, Erişim Tarihi:24.06.2020. (2020). Katılım Dünyası. adresinden alındı
www.katilimemeklilik.com.tr/hakkimizda/katilim-emeklilik-hakkinda/, Erişim tarihi: 25.06.2020. (2020). Katılım Emeklilik. adresinden alındı
www.kuveytturk.com.tr/hakkimizda/kuveyt-turk-hakkinda/gecmisten-bugune-kuveyt-turk, Erişim Tarihi:24.06.2020. (2020). Kuveyt Türk. adresinden alındı
www.neova.com.tr/hakkimizda/ortaklik-yapisi, Erişim tarihi: 24.06.2020. (2020). Neova Sigorta. adresinden alındı
www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp. (2020). Türkiye Bankalar Birliği. adresinden alındı
www.tekafulsigorta.com/2010/12/tekaful-sigorta-sistemi-nasl-calsr.html, Erişim Tarihi: 19.06.2020. (2020). Tekafül Sigorta. adresinden alındı
www.tkbb.org.tr/mukayeseli-tablolar, Erişim Tarihi:25.06.2020. (2018). TKBB. adresinden alındı
www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/hakkimizda/turkiye-finansi-taniyin/sayfalar/turkiye-finans-hakkinda, Erişim Tarihi:24.06.2020. (2020). Türkiye Finans. adresinden alındı
www.vakifkatilim.com.tr/tr/hakkimizda, Erişim Tarihi:24.06.2020. (2020). Vakıf Katılım. adresinden alındı
www.ziraatkatilim.com.tr/bankamiz/Sayfalar/hakkimizda, Erişim Tarihi:24.06.2020. (2020). Ziraat Katılım. adresinden alındı
Yağcılar, G. (2011). Türk Bankacılık Sektörünün Rekabet Yapısının Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
Yahşi, F. (2014). Katılım Bankalarında Risk Odaklı İç Denetim Ve Bir Model Önerisi. *Marmara Üniversitesi Bankacılık Ve Sigortacılık Enstitüsü Doktora Tezi*.
Yılmaz, O. N. (2010). *Faizsiz Bankacılık İlkeleri ve Katılım Bankacılığı Eğitim Notları.*

Yılmaz, T., Ekinci, S., & Önk, K. (2018). Kobi' lerin katılım (İslami-Faizsiz) Bankaların Faaliyetlerine Yönelik Tutumlarının Tespit Edilmesine Yönelik Bir Araştırma. *İnternational journal of Academic Value Studies*.

Yurttadur, M., & Demirbaş, H. (2017). Türkiye' de Bulunan Katılım Bankaları ve Özel Sermayeli Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının Karşılaştırılması. *İGÜ Sosyal Bilimler Dergisi*.

EK-1: Anket fomu

KOBİ'LERİN KATILIM BANKACILIĞI TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: ÇANKIRI ÖRNEĞİ

Anket Formu

Bu anket formunun amacı, katılım bankacılığı (İslami Finans) müşterisi olan bireylerin katılım bankacılığı ve kendilerine sunulan ürün ve hizmetlere ilişkin bilgilerinin, algılarının ve farkındalıklarının ölçülmesi amacıyla hazırlanmıştır. Bilimsel bir kaygı ile yürütülen bu çalışmaya katkı vermeniz çalışmanın sonuçlarının bilime katkısı için oldukça önemlidir. Sizden beklenen aşağıda yer alan ifadeleri okuyup sizi en iyi ifade eden ve düşüncelerinizi en iyi yansıtan seçeneği işaretlemenizdir. Ankete katılımda gönüllülük esastır. Teşekkürlerç

Doç. Dr. Bilgehan TEKİN
Çankırı Karatekin Üniversitesi
İ.İ.B.F./İşletme Bölümü

Serdar MANİCİ
Çankırı Karatekin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı
Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

1. Cinsiyetiniz: ( ) Kadın ( ) Erkek

2. Medeni Haliniz: ( ) Evli ( ) Bekar

3. Yaşınız: ( ) 17-20 ( ) 21-25 ( ) 26-29 ( ) 30-35 ( ) 36 ve daha fazla

4. Eğitim düzeyiniz nedir?

( ) Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Yüksek Lisans ( ) Doktora ( ) Diğer

5. Hane halkı gelir durumunuz aşağıdakilerden hangisine en çok uyar?

( ) Oldukça Düşük Gelirli ( ) Düşük Gelirli ( ) Ortalama Gelirli
( ) Ortalamanın Üstünde Gelirli ( ) Yüksek Gelirli ( ) Oldukça Yüksek Gelirli

6. Hane halkınızın ortalama eğitim düzeyi aşağıdakilerden hangisine en çok uyar?

( ) Oldukça Düşük Eğitimli( ) Düşük Eğitimli ( ) Ortalama Eğitimli
( ) Ortalamanın Üstünde Eğitimli ( )Yüksek Eğitimli ( ) Oldukça Yüksek Eğitimli

7. Bir Katılım Bankası (İslami Banka) ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?

☐ Kesinlikle tercih ederim ☐ Tercih ederim ☐ Kararsızım ☐ Tercih etmem ☐ Kesinlikle tercih etmem

8. Diğer ticari bankalar ile çalışmayı ne derece tercih edersiniz?

☐ Kesinlikle tercih ederim ☐ Tercih ederim ☐ Kararsızım ☐ Tercih etmem ☐ Kesinlikle tercih etmem

9. İslami bankacılığı (Katılım Bankacılığı) ne düzeyde ulaşılabilir buluyorsunuz?

☐ Ulaşılabilir değil ☐ Çok az ulaşılabilir ☐ Kararsızım ☐ Ulaşılabilir ☐ Yeterince ulaşılabilir

10. İslami bankacılıkla ilgili bilgi düzeyinizi nasıl değerlendirirsiniz?

☐ İslami bankacılıkla ilgili çok şey biliyorum

☐ İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler biliyorum.

☐ İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler duydum ama çok azını anladım

☐ İslami bankacılıkla ilgili bir şeyler duydum ama ne olduğunu bilmiyorum

☐ İslami bankacılığı hiç duymadım

15. İslami bankacılığın size uygun yatırım ürünleri sunduğunu düşünüyor musunuz?

☐ Kesinlikle düşünüyorum ☐ Düşünüyorum ☐ Kararsızım ☐ Düşünmüyorum ☐ Kesinlikle düşünmüyorum

16. İslami bankacılıktaki katılımcılık esasının geleneksel bankacılıktan daha faydalı olduğuna inanıyor musunuz?

☐ Kesinlikle inanıyorum ☐ İnanıyorum ☐ Kararsızım ☐ İnanmıyorum ☐ Kesinlikle inanmıyorum

17. İslami bankacılık sektöründe yatırım yapmak sizin için ne kadar önemlidir?

☐ Çok önemli ☐ Önemli ☐ Kararsızım ☐ Önemli değil ☐ Hiç önemli değil

18. Sizce İslami bir banka sizin fonlarınızı ne kadar iyi yönetebilir?

☐ Çok iyi yönetebilir ☐ İyi yönetebilir ☐ Kararsızım ☐ Biraz yönetebilir ☐ İyi yönetemez

19. İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık arasında bir tercih yapmak durumunda kalırsanız İslami bankacılığa yatırım yapmayı tercih eder misiniz?

☐ Kesinlikle tercih ederim ☐ Tercih ederim ☐ Kararsızım ☐ Tercih etmem ☐ Kesinlikle tercih etmem

20. İslami bankacılıkla ilgili reklam veya ilanlarla karşılaşma sıklığınız nedir?

☐ Çok sık (günde 5 defa) ☐ Sık (haftada 5 defa) ☐ Bazen (haftada 1 defa) ☐ Nadiren (ayda 1 defa) ☐ Hiç

21. İslami bankacılığı kullanırken dini açıdan ne ölçüde zorunluluk hissedersiniz?

☐ Aşırı derecede zorunluluk hissederim ☐ Zorunluluk hissederim ☐ Kısmen zorunluluk hissederim ☐ Çok az zorunluluk hissederim ☐ Zorunluluk hissetmem

22. İslami bankacılığı finansal amaçlarım doğrultusunda düşünürüm.

☐ Kesinlikle Evet ☐ Evet ☐ Kararsızım ☐ Hayır ☐ Kesinlikle Hayır

23. İslami bankacılık diğer bankaların iyi bir alternatifidir.

☐ Kesinlikle Evet ☐ Evet ☐ Kararsızım ☐ Hayır ☐ Kesinlikle Hayır

24. Genel olarak finansal sistemde faiz esası geçerli olduğu için İslami bankacılık gerçekçi değildir.

☐ Kesinlikle katılıyorum ☐ Katılıyorum ☐ Kararsızım ☐ Katılmıyorum ☐ Kesinlikle katılmıyorum

25. İslami bankacılık kredi alma konusunda geleneksel bankacılıktan daha iyi fırsatlar sunar.

☐ Kesinlikle katılıyorum ☐ Katılıyorum ☐ Kararsızım ☐ Katılmıyorum ☐ Kesinlikle katılmıyorum

26. İslami kurallara daha uygun oldukları için İslami bankacılığı daha fazla tercih ederim.

☐ Kesinlikle Evet ☐ Evet ☐ Kararsızım ☐ Hayır ☐ Kesinlikle Hayır

27. İslami bankacılık çok geniş bir yelpazede yatırım fırsatları sunmaktadır.

☐ Kesinlikle katılıyorum ☐ Katılıyorum ☐ Kararsızım ☐ Katılmıyorum ☐ Kesinlikle katılmıyorum

D	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Katılım bankacılığı terimlerinin Arapça terimler olması anlaşılmalarını zorlaştırmaktadır.					
Türkiye' de Katılım Bankacılığı hizmet ve ürünlerinin Arapça terimler ile sunulması insanlar tarafından tercih edilmeme nedenlerinden biridir.					
Katılım bankacılığı, faizsiz /İslami bankacılık anlamına gelir.					
Katılım bankacılığında yapılan yatırımlarda zarar etme ihtimali vardır.					
Katılım bankalarına özgü hizmetler hakkında yeterli derecede bilgiliyim.					
Hangi bankaların katılım bankacılığı hizmeti verdiğini biliyorum					
Katılım bankacılığında faizin kullanılmadığını düşünüyorum					
Katılım bankacılığının İslami şartlara uygun olduğunu düşünüyorum.					
Katılım bankalarında kredi kullanımında nakit para verilmediğini biliyorum					
Katılım bankalarının kredi kullanımında nakit yerine, makine/ malzeme verdiğini biliyorum					
Katılım bankalarının diğer bankalardan ayrılan en önemli özelliğinin kazancının faizsiz olmasıdır.					
Katılım bankacılığı ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ediyorum.					
İki tür banka arasında seçim yapmak zorunda kalırsam, getirilerinin İslami şartlara uygunluğuna bakarak tercih yaparım.					
Katılım bankalarını diğer bankalara tercih ederim.					
Zarar etme ihtimalini bilsem de Katılım Bankalarını tercih ederim.					
Katılım bankalarını diğer bankalara göre daha güvenilir buluyorum.					
Katılım bankacılığı işlemlerinin daha hızlı olduğunu düşünüyorum.					
Katılım bankalarını diğer bankalarla karşılaştırdığımda hizmet kalitesinin daha iyi olduğunu düşünüyorum.					
Katılım bankalarının, bankacılıkta kaliteyi arttırdığını düşünüyorum.					
Katılım bankaları daha ucuz maliyetle kaynak kullandırır.					
Katılım bankaları daha düşük maliyetli hizmet sunar.					
Katılım bankaları, diğerlerinden daha çok kazanç sağlar.					

Teşekkürler.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ORCID	0000-0001-5952-9150
Adı Soyadı	Serdar MANİCİ
Doğum Yeri	Çankırı
Doğum Tarihi	07.11.1987

LİSANS EĞİTİM BİLGİLERİ

Üniversite	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Fakülte	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Bölüm	İşletme(İngilizce)

YABANCI DİL BİLGİSİ

İngilizce	KPDS (…..) ÜDS (52) TOEFL (….) EILTS (….) YÖKDİL(57)

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurum	Kuveyt Türk Katılım Bankası
Görevi/Pozisyonu	Kobi Bankacılığı Pazarlama Satış Yönetmeni
Tecrübe Süresi	10 yıl

KATILDIĞI

Kurslar	
Projeler	

İLETİŞİM

Adres	Buğday Pazarı Mah. Era Park No:2/45 Merkez ÇANKIRI
E-mail	serdarmanici@gmail.com